 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI)  <b>ANÁLISIS DEL SECTOR</b>	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

## ESTUDIO DEL SECTOR

El estudio del sector para la presente contratación se realiza teniendo en cuenta lo contemplado en la “Guía para las Entidades Estatales con Régimen Especial de Contratación” establecido por Colombia Compra Eficiente, el cual establece:


“E. Obligación de realizar el análisis del sector económico y de los oferentes por parte de las Entidades Estatales. Así mismo es necesario continuar con el cumplimiento de El artículo 15 del Decreto 1510 de 2013 " *Artículo 15. Deber de análisis de las Entidades Estatales. La Entidad Estatal debe hacer durante la etapa de planeación el análisis necesario para conocer el sector relativo al objeto del Proceso de Contratación desde la perspectiva legal, comercial, financiera, organizacional, técnica, y de análisis de riesgo. La Entidad Estatal debe dejar constancia de este análisis en los Documentos del Proceso.*” Que establece el deber de las Entidades Estatales de analizar el sector, es decir, el mercado relativo al objeto del Proceso de Contratación

Partiendo que la gestión de compras debe estar orientada a satisfacer las necesidades del Distrito de Santiago de Cali y a obtener el mayor valor por el dinero público. Para cumplir con este objetivo, la Oficina de Comunicaciones – secretaria de gobierno, debe conocer claramente cuál es su necesidad y determinar la mejor manera en que el mercado puede satisfacerla. En este orden de ideas, el presente documento exhibe el análisis global para la contratación de *Pauta publicitaria, la cual comprende la divulgación de mensajes institucionales impulsados por la Alcaldía de Santiago de Cali enmarcado en el plan de comunicaciones como estrategia de difusión.*

### Introducción

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación, también conocidas como TIC; se conciben como el universo de dos conjuntos, representados por las tradicionales Tecnologías de la Comunicación (TC) fundamentadas principalmente por la radio, televisión y telefonía convencional; y por las Tecnologías de la información (TI) caracterizadas por la digitalización de las tecnologías de registros de contenidos es decir la informática, telemática, tecnología de comunicaciones y sus interfaces); adicional a esto son catalogadas como herramientas teórico conceptuales, soportes y canales que procesan, almacenan, sintetizan, recuperan y presentan información de la forma más variada fundamentalmente haciendo uso de las computadora y de la Internet.

Como todos sabemos la tecnología es cambiante y progresiva, hecho que representa un reto para las TIC en un mercado cambiante, siguiendo el acelerado ritmo de los avances científicos y tecnológicos enmarcado en un mercado global que incide directamente en la económica y la cultural de cualquier país; es decir los conocimientos adquiridos hoy no aseguran la perdurabilidad de los mismos volviéndose obsoletos en un periodo de tiempo específico, permitiendo la continua emergencia de nuevas teorías, valores y conceptos que promueven

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI)  <b>ANÁLISIS DEL SECTOR</b>	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

continuos cambios en nuestras estructuras económicas, sociales y culturales, que inciden en los aspectos de nuestra vida.

Basado en el criterio anterior; es posible argumentar que las TIC son el pilar de lo que conocemos como vida moderna, en esta se contiene la visión de lo que pretendemos hacer como sociedad y hasta donde podemos llegar; el mantener el balance entre tecnología y capital humano es sin duda alguna el mayor reto que tiene este sector así como el de proteger y custodiar la información de todos los entes, estamentos y población que componen un país.

## Economía Nacional

### IPC

En el mes de diciembre de 2021, el IPC registró una variación anual de 5,62% en comparación con diciembre de 2020. En el último año, las divisiones Alimentos y bebidas no alcohólicas (17,23%), Restaurantes y hoteles (8,83%) y transporte (5,69%) se ubicaron por encima del promedio nacional (5,62%). Entre tanto, las divisiones de bebidas alcohólicas (4,60%), Muebles, artículos para el hogar y para la conservación ordinaria del hogar (4,34%), Bienes y servicios diversos (4,19%), Salud (3,98%), Alojamiento, agua, electricidad, gas y otros combustibles (3,68), Educación (2,76%), Recreación y cultura (1,04%), Prendas de vestir y calzado (-2,60%) y, por último, Información y comunicación (-12,10%) se ubicaron por debajo del promedio nacional.

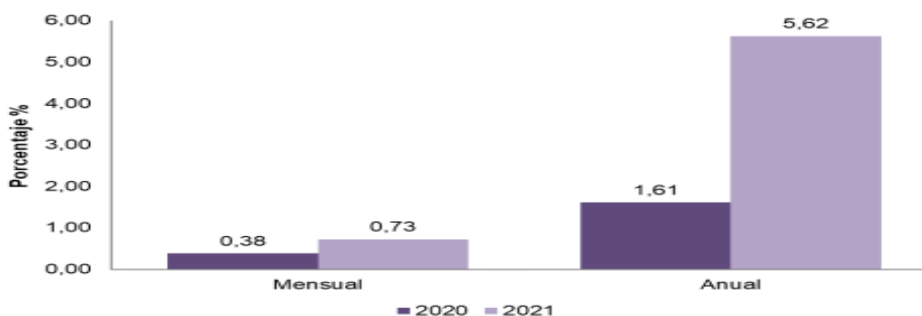
### Variación mensual del Índice de Precios al Consumidor (IPC)

Por Divisiones  
2021 (Diciembre)<sup>1</sup>


## Índice de Precios al Consumidor (IPC)

Diciembre 2021

**Gráfico 1. IPC Variaciones**  
Total nacional  
Diciembre 2020 - 2021



<sup>1</sup> Fuente: DANE - IPC

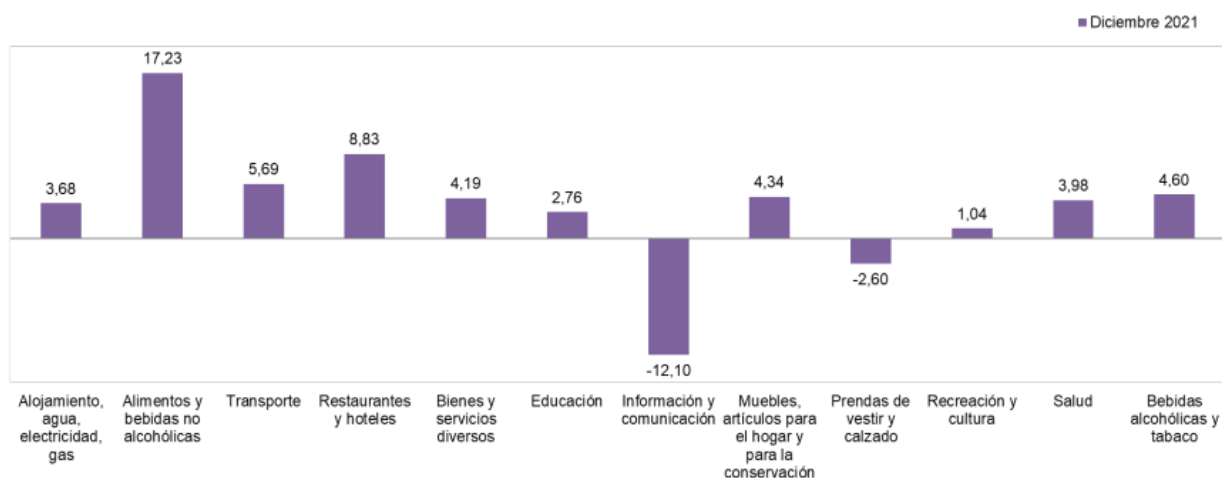
 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI)  <b>ANÁLISIS DEL SECTOR</b>	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

En diciembre de 2021, en comparación con diciembre de 2020, la variación anual de las subclases que más aportaron al índice total fueron: carne de res y derivados (33,03%), comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio (9,93%), carne de aves (26,35%), electricidad (9,92%), arriendo imputado (2,08%), combustibles para vehículos (11,32%), papas (111,00%), aceites comestibles (47,98), Vehículo particular nuevo y usado (7,79) y frutas frescas (24,29%). Las mayores contribuciones negativas se presentan en: servicios de comunicación fija y móvil y provisión a internet (-12,01%), arroz (-14,38%), prendas de vestir para mujer (-8,47%), inscripciones y matrículas en carreras técnicas, tecnológicas y universitarias (-6,56%) y prendas de vestir para hombre (-4,91%)


### Variación año corrido 2021

La división Alimentos y bebidas no alcohólicas registró una variación anual de 17,23%, siendo esta la mayor variación anual. En diciembre de 2021 los mayores incrementos de precio se registraron en las subclases: papas (111,00%), aceites comestibles (47,98%) y carne de res y derivados (33,03%). Las mayores disminuciones de precio se reportaron en las subclases: arracacha, ñame y otros tubérculos (-19,15%), arroz (-14,38%) y cebolla (-3,38%).

### Variación anual del Índice de Precios al Consumidor (IPC) Por divisiones 2021 (diciembre)



La división Restaurantes y hoteles registró una variación anual de 8,83%, siendo esta la segunda mayor variación anual. En diciembre de 2021 los mayores incrementos de precio se registraron en las subclases: comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio, (9,93%) bebidas calientes (9,57%) y comidas preparadas fuera del hogar para consumo inmediato,

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI)  <b>ANÁLISIS DEL SECTOR</b>	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

(7,97%). Los menores incrementos de precio se reportaron en las subclases: gastos en discotecas (1,95%), Servicios de alojamiento en hoteles (2,40%) y pago por alimentación en comedores (4,32%). La división Información y comunicación registró una variación anual de -12,10%, siendo esta la menor variación anual. En diciembre de 2021 los menores incrementos de precio se registraron en las subclases: equipos de telefonía móvil, similares y reparación (-13,30%) y servicios de comunicación fija y móvil y provisión a internet (-12,01%).

En diciembre de 2021 las mayores contribuciones a la variación anual en las doce divisiones del IPC Total se registraron en las siguientes subclases: carne de res y derivados con 0,64 puntos porcentuales, comidas en establecimientos de servicio a la mesa y autoservicio con 0,64 puntos porcentuales, carne de aves con 0,33 puntos porcentuales y electricidad con 0,30 puntos porcentuales. Las subclases con las menores contribuciones fueron: servicios de comunicación fija y móvil y provisión a internet con -0,47 puntos porcentuales, arroz con -0,16 puntos porcentuales y prendas de vestir para mujer con -0,08 puntos porcentuales.

## **Mercado Laboral**


### **Variaciones anuales para noviembre de 2021.**

Para noviembre de 2021, la tasa de desempleo fue 10,8%, y comparada con el mismo mes de 2020 (13,3%) tuvo una reducción de 2,5 puntos porcentuales. La tasa global de participación fue 60,4%, lo que significó una disminución de 1,0 puntos porcentuales respecto al mismo periodo de 2020 (61,4%). Finalmente, la tasa de ocupación fue 53,9%, lo que representó un aumento de 0,7 puntos porcentuales, comparado con noviembre de 2020 (53,2%, variación estadísticamente significativa).

### **Población ocupada**

En noviembre de 2021, la población ocupada del país fue 21,8 millones de personas, frente a las 21,3 millones del mismo mes en 2020, representando así una variación del 2,5% (estadísticamente significativa). Las 13 ciudades y áreas metropolitanas contribuyeron con 1,1 puntos porcentuales a la variación nacional, dominio en donde se presentó una población ocupada de 10,4 millones de personas, 241 mil personas de más en comparación con noviembre de 2020 (10,2 millones).

- Por dominios Los dominios Otras cabeceras y Centros poblados y rural disperso presentaron un total de 5,6 y 4,6 millones de ocupados, respectivamente, aportando 1,0 p.p. y 0,0 p.p. a la variación nacional. Por su parte, las ciudades de Tunja, Florencia, Popayán, Valledupar, Quibdó, Neiva, Riohacha, Santa Marta, Armenia y Sincelejo registraron 1,1 millones de ocupados y contribuyeron con 0,4 p.p. (variación estadísticamente significativa).

 <p>ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL</p>	<p>SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI)</p> <p><b>ANÁLISIS DEL SECTOR</b></p>	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020


- **Por sexo y edad** Por sexo, en noviembre de 2021, Colombia tuvo un aumento de 2,5% tanto en mujeres ocupadas como en hombres ocupados en comparación con el mismo mes del año inmediatamente anterior. De acuerdo con el rango de edad, los mayores aumentos de la población ocupada en el total nacional se registraron en las mujeres de 25 a 54 años (146 mil) y en los hombres en el mismo rango de edad (288 mil, variación estadísticamente significativa). En las 13 ciudades y áreas metropolitanas, los hombres entre 25 y 54 años (133 mil) y las mujeres de 55 años y más (81 mil) concentraron los mayores aumentos en los ocupados. Estas variaciones fueron estadísticamente significativas.

- **Por nivel educativo** Por nivel educativo, la población ocupada del país con educación media contribuyó con 2,1 p.p. a la variación nacional (estadísticamente significativa), aquella con educación básica primaria y secundaria aportó 0,4 p.p.; por el contrario, las personas con ningún nivel educativo lo hicieron con -0,4 p.p. • **Por ramas de actividad** Desde la perspectiva de las ramas de actividad económica, en el total nacional Comercio y reparación de vehículos tuvo la mayor alza de ocupados en noviembre de 2021 (292 mil), respecto a noviembre de 2020, contribuyendo así con 1,4 p.p. a la variación nacional; al interior de esta rama se destacó Comercio al por menor de alimentos (víveres en general) bebidas y tabaco en establecimientos especializados, al aportar 4,2 p.p. Por el contrario, en Administración pública y defensa, educación y atención de la salud humana el número de ocupados disminuyó en 62 mil personas para contribuir así con -0,3 p.p. a la variación nacional; Administración del Estado y aplicación de la política económica y social de la comunidad aportó -2,7 p.p. al interior de esta rama.

En las 13 ciudades y áreas metropolitanas, Administración pública y defensa, educación y atención de la salud humana fue la rama de actividad económica con el mayor aumento de ocupados (78 mil) en noviembre de 2021, por lo que aportó 0,8 p.p. a la variación en este dominio; Establecimientos que combinan diferentes niveles de educación contribuyó con 2,8 p.p. al interior de esa rama. En contraste, Actividades financieras y de seguros vio un descenso en 45 mil personas en el número de ocupados, aportando -0,4 p.p.; en esta rama resaltó la contribución de -9,7 p.p. de Intermediación monetaria

- **Por posición ocupacional** Según posición ocupacional y a nivel nacional, en noviembre de 2021, los empleados particulares aumentaron en 513 mil ocupados en comparación con el mismo mes del año anterior, lo que motivó una contribución de 2,4 p.p. (variación estadísticamente significativa). En cambio, se registró una caída de 114 mil jornaleros o peones, aportando así -0,5 p.p.

- **Cantidad de horas trabajadas por la población ocupada** Por último, el 58,6% de la población ocupada a nivel nacional en noviembre de 2021 trabajó más de 40 horas efectivas a la semana, el 29,3% lo hizo entre 21 y 40 horas y el 12,1% trabajó hasta 20 horas. En noviembre de 2020 estas proporciones habían sido 56,8%, 28,8% y 14,4%, respectivamente.

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI)		MAJA01.04.01.18.P02.F01	
	<b>ANÁLISIS DEL SECTOR</b>		VERSIÓN	2
			FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

## Población ocupada, desocupada e inactiva Total nacional y total 13 ciudades y áreas metropolitanas<sup>2</sup> Noviembre 2021

Miles de personas	Total Nacional		
	Noviembre 2021	Noviembre 2020	Variación absoluta
Población ocupada	21.849	21.313	+536*
Población desocupada	2.653	3.273	-620*
Población inactiva	16.045	15.457	+588*

Miles de personas	Total 13 ciudades y áreas metropolitanas		
	Noviembre 2021	Noviembre 2020	Variación absoluta
Población ocupada	10.444	10.203	+241
Población desocupada	1.457	1.856	-399*
Población inactiva	7.100	6.690	+410*

\* Variación estadísticamente significativa.

Fuente: DANE, Gran Encuesta Integrada de Hogares (GEIH).


### Población inactiva

La población inactiva del país en noviembre de 2021 fue de 16,0 millones de personas. Esto es una variación de 3,8% (+588 mil inactivos, variación estadísticamente significativa) con respecto a lo registrado en noviembre de 2020. Las 13 ciudades y áreas metropolitanas contribuyeron con 2,6 p.p., dado que el total de inactivos allí fue de 7,1 millones de personas (variación estadísticamente significativa).

Así mismo, Centros poblados y rural disperso, con un total de 4,0 millones de inactivos, aportaron 0,8 p.p. a la variación nacional. Otras cabeceras reportaron 4,0 millones de inactivos, con un aporte de 0,4 p.p. En el conjunto de ciudades conformado por Tunja, Florencia, Popayán, Valledupar, Quibdó, Neiva, Riohacha, Santa Marta, Armenia y Sincelejo, se contabilizaron 969 mil inactivos. Según rangos de edad y sexo, la población inactiva de hombres aumentó 2,4% y la de mujeres 4,5%, variación estadísticamente significativa.

La población de 10 a 24 años concentró el mayor aumento de las personas inactivas en el país, 264 mil, en noviembre de 2021, de las cuales 222 mil eran mujeres y 42 mil, hombres. Por último, de las 588 mil personas que entraron a la inactividad en noviembre de 2021, 381 mil estaban dedicadas a estudiar (274 mil mujeres y 107 mil hombres).

<sup>2</sup> Fuente: DANE, mercado laboral 2021

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI)  <b>ANÁLISIS DEL SECTOR</b>	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

## PIB

<sup>3</sup>En el tercer trimestre de 2021pr, el Producto Interno Bruto, en su serie original, crece 13,2% respecto al mismo periodo de 2020pr. Las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado son:

- Comercio al por mayor y al por menor; Reparación de vehículos automotores y motocicletas;
- Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida crece 33,8% (contribuye 5,7 puntos porcentuales a la variación anual).
- Industrias manufactureras crece 18,8% (contribuye 2,4 puntos porcentuales a la variación anual).

Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 8,0% (contribuye 1,4 puntos porcentuales a la variación anual).


En lo corrido del año 2021pr, respecto al mismo periodo del año anterior, el Producto Interno Bruto presenta un crecimiento 10,3%. Esta variación se explica principalmente por:

Comercio al por mayor y al por menor; Reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida crece 21,8% (contribuye 3,8 puntos porcentuales a la variación anual).

Industrias manufactureras crece 18,4% (contribuye 2,2 puntos porcentuales a la variación anual).

Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 7,0% (contribuye 1,2 puntos porcentuales a la variación anual).

<sup>3</sup> Fuente: DANE; Producto Interno Bruto – primer trimestre 2021

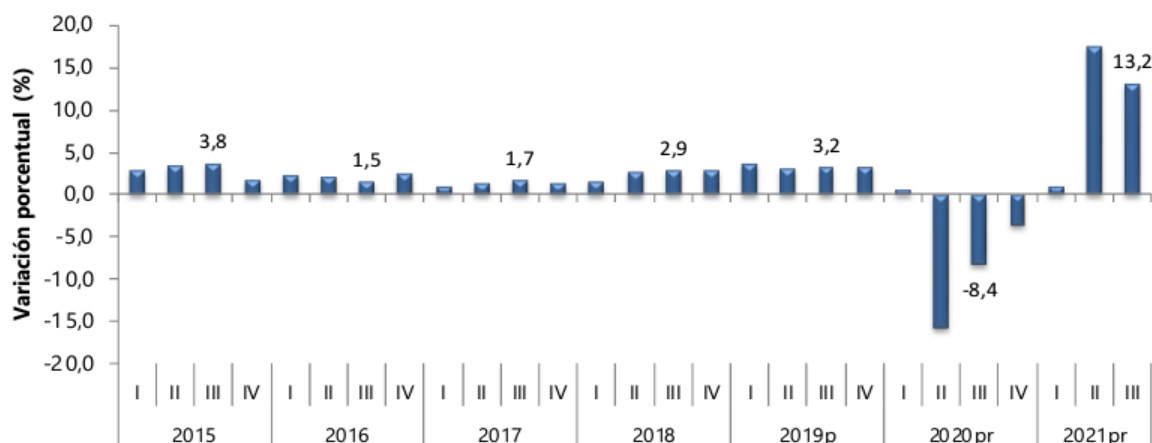
 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI)  <b>ANÁLISIS DEL SECTOR</b>	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

**Producto Interno Bruto (PIB)**  
**Tasas de crecimiento en volumen**  
**2014-I-2021pr - III**

## Producto Interno Bruto (PIB)

III trimestre 2021 preliminar


**Gráfico 1. Producto Interno Bruto (PIB)**  
**Tasas de crecimiento en volumen<sup>1</sup>**  
**2015-I / 2021pr-III**



### Comercio al por mayor y al por menor

En el tercer trimestre de 2021pr, el Producto Interno Bruto, en su serie original, crece 13,2% respecto al mismo periodo de 2020pr (ver tabla 1). Las actividades económicas que más contribuyen a la dinámica del valor agregado son:

- Comercio al por mayor y al por menor; Reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida crece 33,8% (contribuye 5,7 puntos porcentuales a la variación anual).
- Industrias manufactureras crece 18,8% (contribuye 2,4 puntos porcentuales a la variación anual).
- Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 8,0% (contribuye 1,4 puntos porcentuales a la variación anual).

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI)  <b>ANÁLISIS DEL SECTOR</b>	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020


En lo corrido del año 2021<sup>pr</sup>, respecto al mismo periodo del año anterior, el Producto Interno Bruto presenta un crecimiento 10,3%. Esta variación se explica principalmente por:

- Comercio al por mayor y al por menor; Reparación de vehículos automotores y motocicletas; Transporte y almacenamiento; Alojamiento y servicios de comida crece 21,8% (contribuye 3,8 puntos porcentuales a la variación anual).
- Industrias manufactureras crece 18,4% (contribuye 2,2 puntos porcentuales a la variación anual).
- Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria; Educación; Actividades de atención de la salud humana y de servicios sociales crece 7,0% (contribuye 1,2 puntos porcentuales a la variación anual).

**Tabla 1. Valor agregado por actividad económica**  
**Tasas de crecimiento en volumen<sup>1</sup>**  
**Tercer trimestre 2021<sup>pr</sup>**

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2021 <sup>pr</sup> - III / 2020 <sup>pr</sup> -III	2021 <sup>pr</sup> / 2020 <sup>pr</sup>	2021 <sup>pr</sup> - III / 2021 <sup>pr</sup> - II
Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca	1,3	2,3	-1,1
Explotación de minas y canteras	4,1	-2,2	-0,2
Industrias manufactureras	18,8	18,4	13,2
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado <sup>2</sup>	7,4	5,0	3,7
Construcción	0,8	2,7	-1,6
Comercio al por mayor y al por menor <sup>3</sup>	33,8	21,8	15,6
Información y comunicaciones	13,2	8,7	3,6
Actividades financieras y de seguros	2,1	3,4	0,8
Actividades inmobiliarias	2,0	2,0	0,5
Actividades profesionales, científicas y técnicas <sup>4</sup>	12,4	9,4	5,3
Administración pública, defensa, educación y salud <sup>5</sup>	8,0	7,0	1,9
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios <sup>6</sup>	32,0	34,6	-3,7
<b>Valor agregado bruto</b>	<b>12,8</b>	<b>10,0</b>	<b>6,0</b>
Total impuestos menos subvenciones sobre los productos	17,0	13,5	3,0
<b>Producto Interno Bruto</b>	<b>13,2</b>	<b>10,3</b>	<b>5,7</b>

Fuente: DANE, Cuentas nacionales

 <p>ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL</p>	<p>SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI)</p> <p><b>ANÁLISIS DEL SECTOR</b></p>	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

## Información y comunicaciones

En el tercer trimestre de 2021pr, el valor agregado de información y comunicaciones crece 13,2% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2020pr. Para la serie ajustada de efecto estacional y calendario, el valor agregado crece en 3,6%, respecto al trimestre inmediatamente anterior.

**Tabla 8. Información y comunicaciones**  
**Tasas de crecimiento en volumen<sup>1</sup>**  
**Tercer trimestre 2021<sup>pr</sup>**

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2021 <sup>pr</sup> - III / 2020 <sup>pr</sup> -III	2021 <sup>pr</sup> / 2020 <sup>pr</sup>	2021 <sup>pr</sup> - III / 2021 <sup>pr</sup> - II
<b>Información y comunicaciones</b>	<b>13,2</b>	<b>8,7</b>	<b>3,6</b>


**Fuente:** DANE, Cuentas nacionales

## Comercio al por mayor y al por menor

En el tercer trimestre de 2021pr, el valor agregado de comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas; transporte y almacenamiento; alojamiento y servicios de comida crece 33,8% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2020pr. Esta dinámica se explica por los siguientes comportamientos

- Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas crece 16,0%.
- Transporte y almacenamiento crece 32,1%.
- Alojamiento y servicios de comida crece 118,3%.

Respecto al trimestre inmediatamente anterior en su serie ajustada de efecto estacional y calendario, el valor agregado de comercio al por mayor y al por menor, reparación de vehículos automotores y motocicletas; transporte y almacenamiento; alojamiento y servicios de comida crece en 15,6%, explicado por:

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI)  <b>ANÁLISIS DEL SECTOR</b>	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

- Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas crece 12,9%.
- Transporte y almacenamiento crece 5,2%.
- Alojamiento y servicios de comida crece 25,5%.

**Tabla 7. Comercio al por mayor y al por menor<sup>1</sup>**  
**Tasas de crecimiento en volumen<sup>2</sup>**  
**Tercer trimestre 2021<sup>Pr</sup>**

Actividad económica	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2021 <sup>Pr</sup> - III / 2020 <sup>Pr</sup> - III	2021 <sup>Pr</sup> / 2020 <sup>Pr</sup>	2021 <sup>Pr</sup> - III / 2021 <sup>Pr</sup> - II
Comercio al por mayor y al por menor <sup>3</sup>	16,0	14,7	12,9
Transporte y almacenamiento	32,1	14,3	5,2
Alojamiento y servicios de comida	118,3	61,8	25,5
<b>Comercio al por mayor y al por menor<sup>1</sup></b>	<b>33,8</b>	<b>21,8</b>	<b>15,6</b>

Fuente: DANE, Cuentas nacionales


### **Balanza Comercial**

La balanza comercial es un indicador económico que se obtiene de los datos sobre exportación e importación de bienes de consumo o, lo que es lo mismo, de pagos al exterior del país y cobros desde dicho exterior.

La balanza comercial forma parte de la balanza por cuenta corriente, junto con la balanza de servicios, balanza de rentas y balanza de transferencias que indican el resultado económico de los negocios con el exterior de un país en todos sus ámbitos y efectuados por residentes y no residentes.

### **Exportaciones**

De acuerdo con la información de exportaciones procesada por el DANE y la DIAN, en noviembre de 2021 las ventas externas del país fueron US\$3.987,6 millones FOB y presentaron un aumento de 58,0% en relación con noviembre de 2020; este resultado se debió principalmente al

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI)  <b>ANALISIS DEL SECTOR</b>	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

crecimiento de 117,9% en las ventas externas del grupo de Combustibles. En el mes de referencia, las exportaciones de Combustibles y productos de las industrias extractivas participaron con 49,0% del valor FOB total de las exportaciones; así mismo, Manufacturas con 22,2%, Agropecuarios, alimentos y bebidas 21,5%, y otros sectores con 7,2%. En noviembre de 2021 se exportaron 12,8 millones de barriles de petróleo crudo, lo que representó una caída de 16,9% frente a noviembre de 2020

Por su parte, en noviembre de 2019 las exportaciones colombianas ascendieron a US\$2.943,6 millones FOB. Al comparar el onceavo mes de 2021 con el mismo mes de 2019, se registra un aumento de 35,5%; este resultado se debe fundamentalmente al aumento del 25,8% en las ventas externas del grupo de Combustibles y productos de industrias extractivas.


Así mismo, en el periodo enero – noviembre de 2021 se registra un aumento en las ventas externas colombianas de 1,4%, si se compara con el mismo periodo del año 2019. Las exportaciones de Combustibles y productos de las industrias extractivas registraron una disminución de 14,5%. Por su parte, las manufacturas aumentaron en 6,0%, las ventas externas de productos Agropecuarios, alimentos y bebidas aumentaron 26,4% y otros sectores aumentaron 76,9%.

En noviembre de 2021 las exportaciones de Combustibles y productos de las industrias extractivas fueron de US\$1.955,1 millones FOB y presentaron un crecimiento de 117,9% frente a noviembre de 2020, este comportamiento se explicó principalmente por el incremento de las ventas de Petróleo, productos derivados del petróleo y productos conexos (75,0%) que aportó 60,0 puntos porcentuales a la variación del grupo.

En noviembre de 2021 las exportaciones del grupo de Manufacturas fueron de US\$885,3 millones FOB y presentaron una variación de 34,8%, frente a noviembre de 2020. Este comportamiento se explicó principalmente por el crecimiento en las ventas externas de Productos químicos y productos conexos, n.e.p. (48,2%) que contribuyeron con 17,7 puntos porcentuales a la variación de la agrupación. Las ventas externas de productos Agropecuarios, alimentos y bebidas fueron US\$859,1 millones FOB y presentaron un crecimiento de 25,6%, comparado con noviembre de 2020. Este comportamiento se explicó principalmente por el aumento en las exportaciones de Café sin tostar descafeinado o no; cáscara y cascarilla del café (38,8%) que contribuyó con 12,5 puntos porcentuales a la variación del grupo.

En el mes de noviembre de 2021 en comparación con noviembre 2020, el crecimiento de las exportaciones del grupo Otros sectores (0,8%) se explicó fundamentalmente por el aumento en las ventas de oro no monetario que aportó 0,9 puntos porcentuales a la variación del grupo

En el tercer trimestre de 2021pr, las exportaciones crecen 24,0% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2020pr . Para la serie ajustada de efecto estacional y calendario, las exportaciones crecen en 11,3%, respecto al trimestre inmediatamente anterior

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI)  <b>ANÁLISIS DEL SECTOR</b>	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020


**Tabla 17. Exportaciones**  
**Tasas de crecimiento en volumen<sup>1</sup>**  
**Tercer trimestre 2021<sup>Pr</sup>**

Componente del gasto	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2021 <sup>Pr</sup> - III / 2020 <sup>Pr</sup> - III	2021 <sup>Pr</sup> / 2020 <sup>Pr</sup>	2021 <sup>Pr</sup> - III / 2021 <sup>Pr</sup> - II
<b>Exportaciones</b>	<b>24,0</b>	<b>8,8</b>	<b>11,3</b>

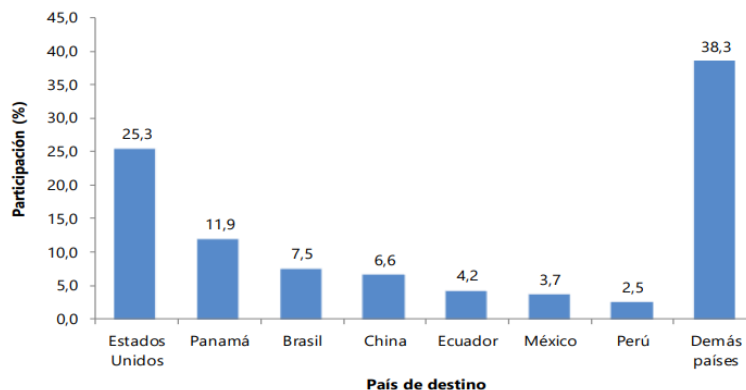
**Fuente:** DANE, Cuentas nacionales

En julio de 2021, las exportaciones colombianas le representaron al país ingresos por valor de US\$3.252,4 millones lo que significa un crecimiento de 27,4% en relación con julio de 2020. Como ha sido casi lo usual, las ventas de combustibles y productos de las industrias extractivas, mantuvieron su dinamismo, aunque en este mes fueron superadas en su variación por las de manufacturas que crecieron 42,4%, y en el tercer lugar se ubicaron las del grupo agropecuarios, alimentos y bebidas cuyo crecimiento fue 17,8% en relación con el mismo mes del año anterior, como se observa en el siguiente cuadro en el que se registra el resultado exportador del país en julio con base en la Clasificación Uniforme del Comercio Internacional CUCI, que desagrega las exportaciones según grupos de productos (agropecuarios, alimentos y bebidas, combustibles y productos de industrias extractivas, manufacturas y otros sectores).<sup>4</sup>

<sup>4</sup> Fuente: DIAN- DANE- Exportaciones, p cifras preliminares

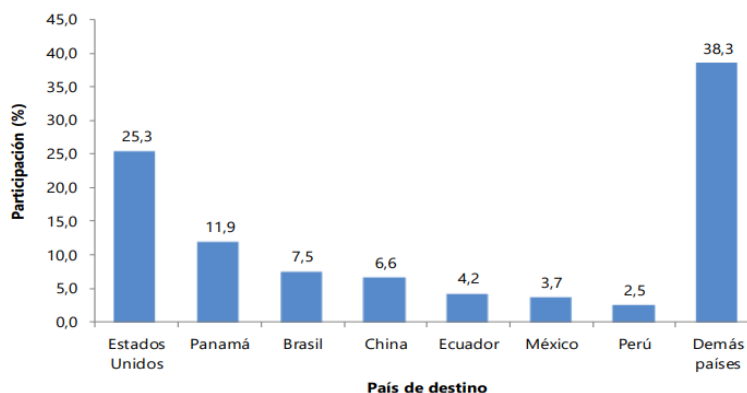
 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI)  <b>ANÁLISIS DEL SECTOR</b>	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

**Gráfico 2. Distribución porcentual del valor FOB de las exportaciones según país de destino. Noviembre 2021<sup>P</sup>**




En noviembre de 2021 en comparación con noviembre 2020, el crecimiento en las ventas a Panamá y Estados Unidos aportaron 24,6 puntos porcentuales a la variación total de las exportaciones (58,0%). En contraste, las ventas externas a India contribuyeron con -3,8 puntos porcentuales.

**Gráfico 2. Distribución porcentual del valor FOB de las exportaciones según país de destino. Noviembre 2021<sup>P</sup>**



En enero-noviembre de 2021, Estados Unidos fue el principal destino de las exportaciones colombianas, con una participación de 27,1% en el valor total exportado; le siguieron en su orden de participación: China, Panamá, Brasil, India, Ecuador y Turquía.

Finalmente, el repaso de las exportaciones del país durante el año corrido enero-julio, con base en esta clasificación de tradicionales y no tradicionales (20,1%), soporta esta transición, en su

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI)  <b>ANÁLISIS DEL SECTOR</b>	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

orden, en el desempeño positivo de las exportaciones no tradicionales (25,8%), y las tradicionales que presentan un incremento del 15,2% en los siete primeros meses del año, resultado en el que las ventas de petróleo y sus derivados 35,1%, y las de café (13,7%) exhiben las fuerzas alcistas, pues mientras las de ferroníquel presentan una baja variación (3,5%), las de carbón lo hacen en forma negativa (-16,7%). Por su parte, las del grupo Sin oro ni esmeraldas (24,1%), muestran un buen incremento, aunque con la menor participación.

Las estadísticas de exportaciones son compiladas a partir de la información contenida en la declaración de exportación definitiva. Dicho documento puede ser presentado después del embarque efectivo de la mercancía, generando rezagos entre el embarque y el momento estadístico.

En noviembre de 2021 se declararon ventas al exterior por US\$3.987,6 millones FOB, de los cuales US\$2.869,3 millones se embarcaron durante el mismo mes, US\$752,5 millones en octubre, US\$174,4 millones en septiembre, US\$123,1 millones en agosto, US\$5,6 millones en julio, US\$2,0 millones en junio y US\$60,8 millones en meses anteriores.

## Importaciones


Importaciones En el tercer trimestre de 2021pr, las importaciones crecen 40,1% en su serie original, respecto al mismo periodo de 2020pr. Para la serie ajustada de efecto estacional y calendario, las importaciones crecen en 5,4%, respecto al trimestre inmediatamente anterior.

**Tabla 18. Importaciones**  
**Tasas de crecimiento en volumen<sup>1</sup>**  
**Tercer trimestre 2021<sup>PR</sup>**

Componente del gasto	Tasas de crecimiento (%)		
	Serie original		Serie ajustada por efecto estacional y calendario
	Anual	Año corrido	Trimestral
	2021 <sup>PR</sup> - III / 2020 <sup>PR</sup> -III	2021 <sup>PR</sup> / 2020 <sup>PR</sup>	2021 <sup>PR</sup> - III / 2021 <sup>PR</sup> - II
<b>Importaciones</b>	<b>40,1</b>	<b>26,1</b>	<b>5,4</b>

**Fuente:** DANE, Cuentas nacionales

De acuerdo con las declaraciones de importación registradas ante la DIAN en octubre de 2021, las importaciones fueron US\$5.809,9 millones CIF y presentaron un aumento de 56,8% con relación al mismo mes de 2020. Este comportamiento obedeció principalmente al aumento de 48,7% en el grupo de Manufacturas. En octubre de 2021, las importaciones de Manufacturas participaron con 74,7% del valor CIF total de las importaciones, seguido por productos

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI)		MAJA01.04.01.18.P02.F01	
	<b>ANALISIS DEL SECTOR</b>		VERSIÓN	2
			FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

Agropecuarios, alimentos y bebidas con 16,1%, Combustibles y productos de las industrias extractivas con 8,8% y otros sectores 0,4%.

Por su parte, en octubre 2019 las importaciones colombianas ascendieron a US\$4.333,3 millones CIF. Al comparar el décimo mes de 2021 con el mismo mes de 2019, se registra un aumento de 34,1%; este resultado se debe fundamentalmente al aumento de 24,6% en las compras externas del grupo de Manufacturas. Así mismo, en el periodo enero – octubre 2021 se registra un aumento en las compras externas de Colombia de 10,2%, si se compara con el mismo periodo de 2019.

Las importaciones de productos Agropecuarios, alimentos y bebidas aumentaron 23,2% y de Manufacturas en 11,2%, por su parte Combustibles y productos de las industrias extractivas registraron una disminución de 14,7% y otros sectores un aumento de 32,4%


**Cuadro 2. Valor CIF de las importaciones, variación, contribución y participación según grupos de productos (OMC)  
Octubre (2021/2019)p**

Grupos de productos (OMC)	Octubre <sup>p</sup>					Enero-Octubre <sup>p</sup>				
	2019	2021	Variación (%)	Contribución a la variación (pp)	Participación 2021 (%)	2019	2021	Variación (%)	Contribución a la variación (pp)	Participación 2021 (%)
	Millones de dólares CIF					Millones de dólares CIF				
<b>Total</b>	<b>4.333,3</b>	<b>5.809,9</b>	<b>34,1</b>	<b>34,1</b>	<b>43.867,0</b>	<b>48.345,8</b>	<b>10,2</b>	<b>10,2</b>		
Agropecuarios, alimentos y bebidas <sup>1</sup>	592,0	934,5	57,8	7,9	16,1	5.886,4	7.251,2	23,2	3,1	15,0
Combustibles y prod. de industrias extractivas <sup>2</sup>	250,7	511,6	104,1	6,0	8,8	4.415,9	3.765,3	-14,7	-1,5	7,8
Manufacturas <sup>3</sup>	3.484,7	4.340,8	24,6	19,8	74,7	33.510,7	37.257,9	11,2	8,5	77,1
Otros sectores <sup>4</sup>	5,9	23,0	289,0	0,4	0,4	53,9	71,4	32,4	0,0	0,1

Fuente: DIAN – DANE (IMPO)

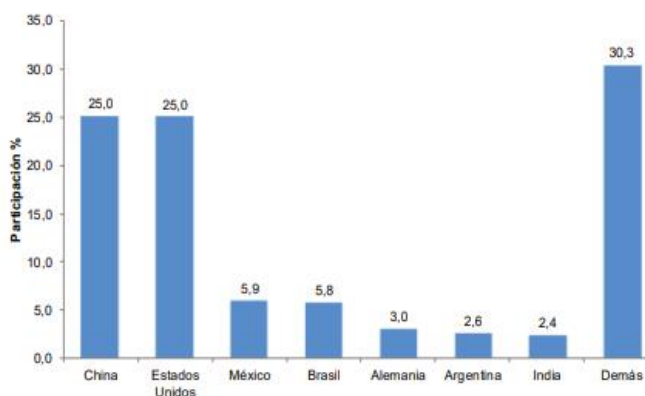
En octubre de 2021, las importaciones de Manufacturas fueron US\$4.340,8 millones CIF y presentaron un aumento de 48,7% frente a octubre de 2020, como resultado de las mayores compras de Productos químicos y productos conexos (69,7%) y de Artículos manufacturados, clasificados principalmente según el material (93,4%), que aportaron en conjunto 33 puntos porcentuales a la variación del grupo.

En octubre de 2021 las importaciones del grupo de Combustibles y productos de las industrias extractivas fueron de US\$511,6 millones CIF y presentaron un aumento de 192,1%, en comparación con octubre de 2020; los productos que más contribuyeron al aumento fueron Petróleo, productos derivados del petróleo y productos conexos (334,3%), que aportaron 174,8 puntos porcentuales a la variación total del grupo. En octubre de 2021, las compras externas del grupo Agropecuarios, alimentos y bebidas fueron US\$934,5 millones CIF y presentaron un aumento de 54,7% en comparación con octubre de 2020; este resultado se explicó por las mayores importaciones de Productos alimenticios y animales vivos (55,5%), que aportaron 42,1 puntos porcentuales a la variación del grupo.

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI)  <b>ANÁLISIS DEL SECTOR</b>	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

Las importaciones de Colombia originarias de China participaron con 25,0% del total de las importaciones; le siguieron las compras externas desde Estados Unidos, México, Brasil, Alemania, Argentina e India.


**Gráfico 2. Distribución porcentual del valor CIF de las importaciones según países de origen Octubre 2021<sup>P</sup>**



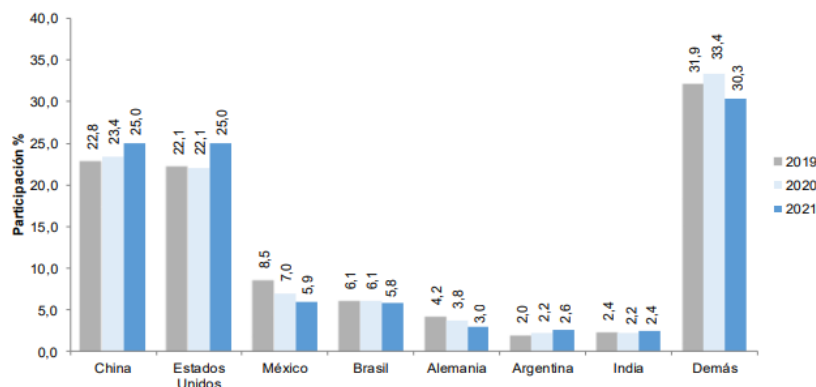
**Fuente:** DIAN - DANE (IMPO)

En octubre de 2021 en comparación con octubre de 2020, la contribución más importante se presentó en las compras originarias en Estados Unidos (77,6%) y China (67,6%) al aportar en conjunto 32,9 puntos porcentuales a la variación total del mes. En contraste, las importaciones desde Francia (-10,8%) aportaron 0,3 puntos porcentuales negativos a dicha variación.

El aumento en las importaciones originarias de Estados Unidos en octubre de 2021 en comparación con octubre de 2020 se explicó por las mayores compras de Gasolinas para motores y otros aceites ligeros (224,0%).

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI)  <b>ANÁLISIS DEL SECTOR</b>	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

**Gráfico 3. Distribución porcentual del valor CIF de las importaciones según países de origen Octubre 2019-2021<sup>P</sup>**



**Fuente:** DIAN - DANE (IMPO)

<sup>P</sup>: Cifra preliminar


De acuerdo con las declaraciones de importación, las mercancías de origen China participaron con 24,1% del total registrado en el periodo enero-octubre 2021; seguido por las originarias de Estados Unidos, México, Brasil, Alemania, India y Argentina

En el periodo enero-octubre 2021 los países de origen que contribuyeron principalmente al aumento de las importaciones colombianas fueron: China (39,4%) y Estados Unidos (24,9%), con una contribución conjunta de 15,6 puntos porcentuales, mientras que las importaciones desde Argelia (-91,7%) contribuyeron con 0,1 puntos porcentuales negativos.

En el periodo enero-octubre 2021 en comparación con el mismo periodo de 2020, el aumento en las compras externas originarias de China se explicó principalmente por las mayores importaciones de Glucósidos. Por su parte en el periodo enero-octubre 2021 en comparación con el mismo periodo 2020, la disminución de las importaciones de origen Argelia se explicó por las menores compras externas Abonos minerales o químicos nitrogenados (-91,9%).

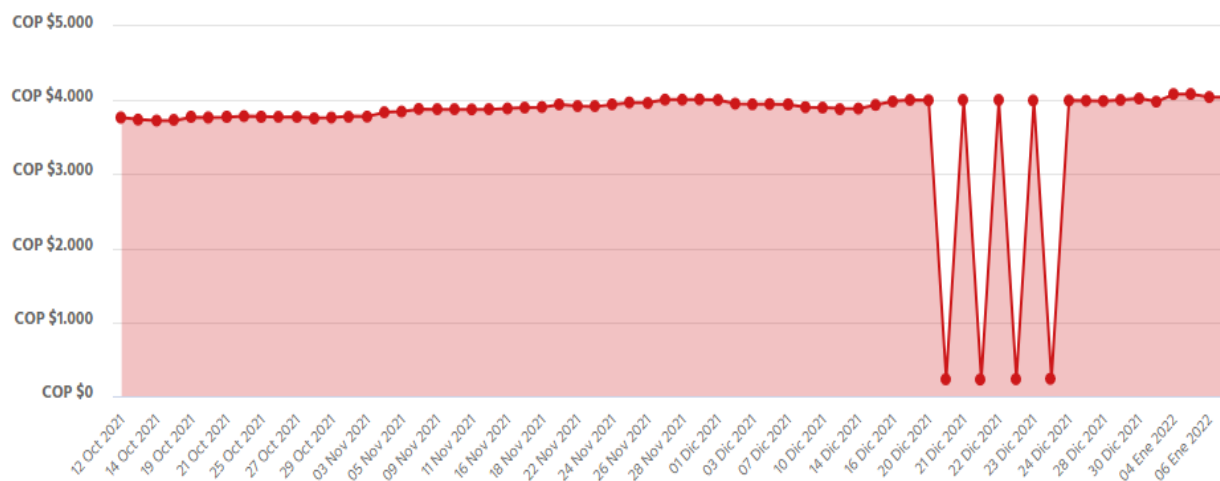
## TRM

La tasa de cambio representativa del mercado (TRM) es la cantidad de pesos colombianos por un dólar de los Estados Unidos. La TRM se calcula con base en las operaciones de compra y venta de divisas entre intermediarios financieros que transan en el mercado cambiario colombiano, con cumplimiento el mismo día cuando se realiza la negociación de las divisas. Actualmente la Superintendencia Financiera de Colombia es la que calcula y certifica diariamente la TRM con base en las operaciones registradas el día hábil inmediatamente anterior.

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI)  <b>ANÁLISIS DEL SECTOR</b>	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020


Analizando el comportamiento que la TRM ha tenido en los últimos 5 años encontramos que esta ha tenido un comportamiento alcista llegando en promedio a los \$3.693 durante el año 2020; en el año 2021 fue de \$3.743 en promedio y en lo corrido del año 2021 ha tenido una alza significativa pasando los \$4.000, aunque el promedio de la divisa es mejor al promedio del año 2020 y 2021, cabe destacar que la fluctuación obedece a la incertidumbre de los mercados y a la reactivación económica que están haciendo los países debido a la pandemia que afectó al mundo entero. Ahora bien, para el caso colombiano la incertidumbre es más alta debido al déficit que el gobierno central argumenta que tiene, el desabastecimiento global de insumos para producción, control de plagas y empaques entre otros. Si analizamos esta alza en la economía nacional encontramos que los directamente beneficiados son los exportadores e inversionistas de alto nivel que tienen sus productos en moneda extranjera y/o reciben su retribución comercial en moneda extranjera, además de mercados emergentes que se benefician por el nivel cambiario; para los Importadores de insumos y servicios, comerciantes al por mayor y al detal, productores nacionales que dependen de materia prima importada, tecnología y transporte entre otros el alza se traduce en un incremento directamente proporcional a los productos, bienes y servicios gravados con sus respectivos aranceles.

### TRM CUARTO TRIMESTRE 2021 Y ENERO 2022<sup>5</sup>



Lo cierto es que la volatilidad del dólar pone en aprieto a quienes tienen que depender del mismo para comprar insumos, productos o servicios en el extranjero, pero también abre la oportunidad a empresas que producen bienes o servicios y estos son comercializados en el exterior con esta divisa, hecho que hace que su producto sea más competitivo en el exterior y que a su vez su

<sup>5</sup> Fuente: Superintendencia Financiera de Colombia.

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI)  <b>ANÁLISIS DEL SECTOR</b>	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020


ingreso tenga un mejor margen de ganancias. Es probable que algunas organizaciones logren aprovechar la coyuntura para captar parte del mercado interno que hoy prefiere contratar sus servicios a empresas extranjeras. Si el dólar continúa su carrera alcista, los consumidores colombianos deben acostumbrarse a precios mayores de los que pagaban hace un año por esta gran volatilidad de la moneda extranjera.

MESES <sup>6</sup>	PROMEDIO TRM X MES
Enero	\$ 3.491,32
Febrero	\$ 3.554,50
Marzo	\$ 3.612,77
Abril	\$ 3.650,78
Mayo	\$ 3.735,67
Junio	\$ 3.685,04
Julio	\$ 3.829,42
Agosto	\$ 3.881,18
Septiembre	\$ 3.821,54
Octubre	\$ 3.773,38
Noviembre	\$ 3.902,90
Diciembre	\$ 3.963,13
<b>PROMEDIO AÑO</b>	<b>\$ 3.743,09</b>

## Panorama Actual de Redes

Social Media es un sistema de plataformas donde la gestión de la información es creada y visualizada por los usuarios mediante la tecnología web 2.0, donde además pueden compartir y transferir textos, fotografías, audio, vídeo. Este conjunto de plataformas y herramientas ha cambiado por completo el modo participativo de los usuarios en la información, su acceso y la forma de difusión; adicional a esto con la creación y masificación de las redes sociales que no son más que comunidades virtuales donde se pueden hacer o encontrar amigos, se comparte diferentes contenidos de información con los usuarios y se utiliza como un medio de expresión y comunicación. Estas, han venido evolucionando hasta tal punto que es extraño que una persona no pertenezca a alguna red social, los diferentes servicios que ofrecen las convierten en una

<sup>6</sup> Fuente: <https://www.capitalcolombia.com/> - tabulación propia.

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI)  <b>ANÁLISIS DEL SECTOR</b>	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

herramienta fundamental en la vida cotidiana de cada uno de sus usuarios; la información que se ofrece es simultánea y a las comunidades virtuales.


Hablar de social media se ha convertido en un tema que abarca, prácticamente, todo lo que rodea nuestra vida diaria, tanto en lo personal, como en lo empresarial. Colombia se caracteriza por ser un país tecnológico donde las redes sociales, el marketing digital y el e-commerce siempre están de primeros en la lista. Las redes sociales, junto con el marketing digital son estrategias que en la actualidad no pueden tratarse por separado, ya que guardan cercana relación cuando una empresa quiere ser exitosa en Internet; aunado a lograr el posicionamiento correcto de un sitio web dentro de los motores de búsqueda en el mundo virtual.

Las tendencias de social media abandonan, en gran medida, modelos anteriores. La madurez de los usuarios de redes sociales, las nuevas generaciones y plataformas, la sofisticación de los canales en cuanto a funcionalidades y formatos publicitarios o el desarrollo de nuevas tecnologías, son los principales motivos que cambiarán sustancialmente el modo de abordar una estrategia de social media marketing el próximo año.

Al margen de las posibilidades tecnológicas y formales, algo está cambiando en el fondo: los contenidos relevantes ganan terreno a los mensajes puramente comerciales y se aprecia un discurso cada vez más humanizado, en el que las marcas toman partido frente a las preocupaciones sociales y actúan en consonancia. Por ello, las tendencias de social media han de contemplar un cambio en el discurso de manera transversal, que dote a las marcas de personalidad y las acerque sensiblemente a los consumidores.

El social media, en la actualidad, es la estrategia más usada del marketing digital en Colombia. Tal afirmación se basa en que 35 millones de usuarios se encuentran pendientes de las redes sociales y eso, a su vez, representa el 69 % de la población colombiana. En este sentido, manejar una estrategia de marketing digital correcta dentro de un sitio web y dentro de las redes sociales es vital. La cifra de los usuarios de internet ha presentado un incremento del 2.9%, lo que representa más de un millón de nuevos usuarios del servicio, mientras que el incremento de usuarios de redes sociales ha sido de un 11%, lo que ha conseguido 3.4 millones de nuevos perfiles<sup>7</sup>.


<sup>7</sup> Fuente: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-colombia>

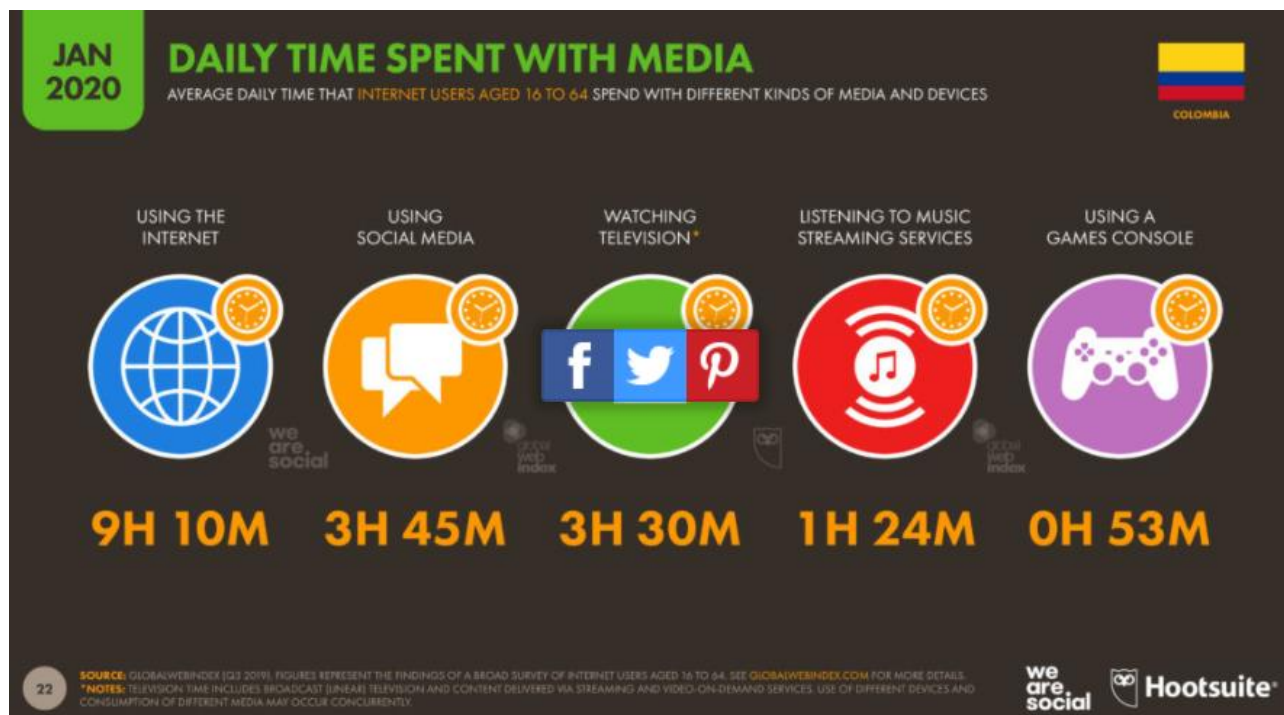
 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI)  <b>ANÁLISIS DEL SECTOR</b>	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020



Ahora bien sabemos que internet es un mundo digital con infinidad de caminos para navegar e informarse, en un contexto digital donde se tienen infinidad de alternativas, se ha identificado las actividades más relevantes socialmente hablando que una persona promedio realiza; al revisar el tiempo promedio que pasan los colombianos en los distintos servicios disponibles, los ciudadanos en promedio de entre 16 y 64 años se ha determinado que pasan utilizando internet alrededor de nueve horas y 10 minutos, mientras que el tiempo que pasan en las redes sociales es de tres horas y 45 minutos; consumen programas televisivos con un tiempo de conexión promedio tres horas y 30 minutos, mientras que escuchan música mediante servicios en línea durante una hora y 24 minutos y juegan en sus consolas de videojuegos un total de 53 minutos<sup>8</sup>.


<sup>8</sup> Fuente: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-colombia>

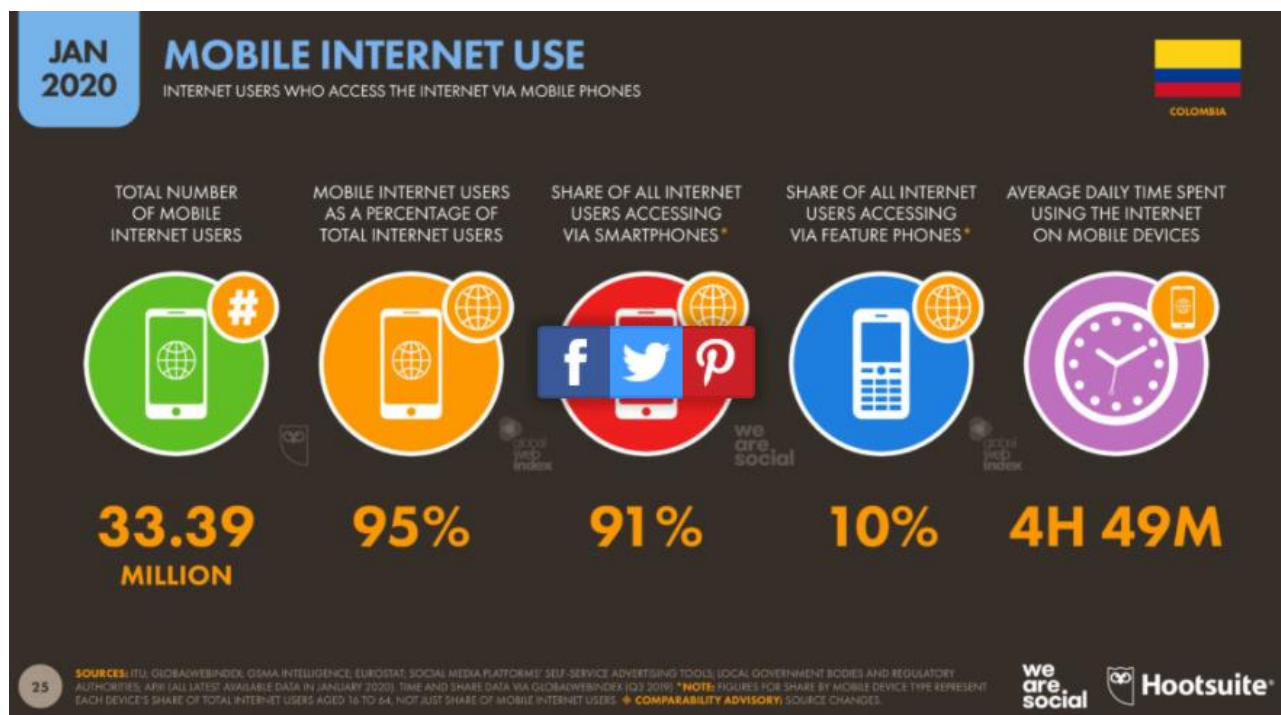
 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI)  <b>ANÁLISIS DEL SECTOR</b>	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020



Después de analizar las cifras del consumo del tiempo en el ámbito digital, es relevante identificar el medio más utilizado para acceder a la red; de esta manera pasamos a analizar los datos que arroja el internet móvil, para conocer los usuarios del servicio que acceden al mismo mediante el uso de sus celulares, teniendo que hay un total de 33.39 millones de usuarios de internet móvil, lo que representa un 95% de los usuarios de internet total. Donde hay un 91% que utilizan el internet móvil a través de sus teléfonos inteligentes, mientras que solo un 10% accede a internet móvil mediante dispositivos que no son inteligentes y el promedio de tiempo de uso del servicio de internet móvil en los teléfonos celulares es de cuatro horas y 49 minutos<sup>9</sup>.


<sup>9</sup> Fuente: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-colombia>

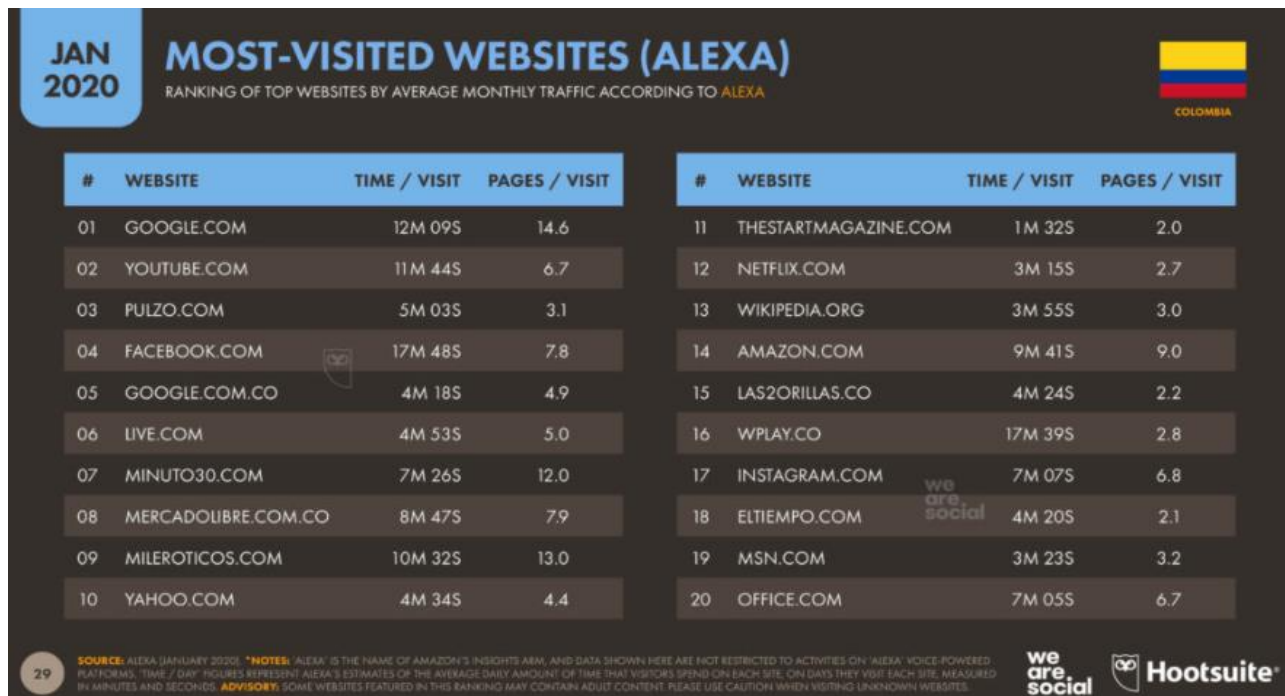
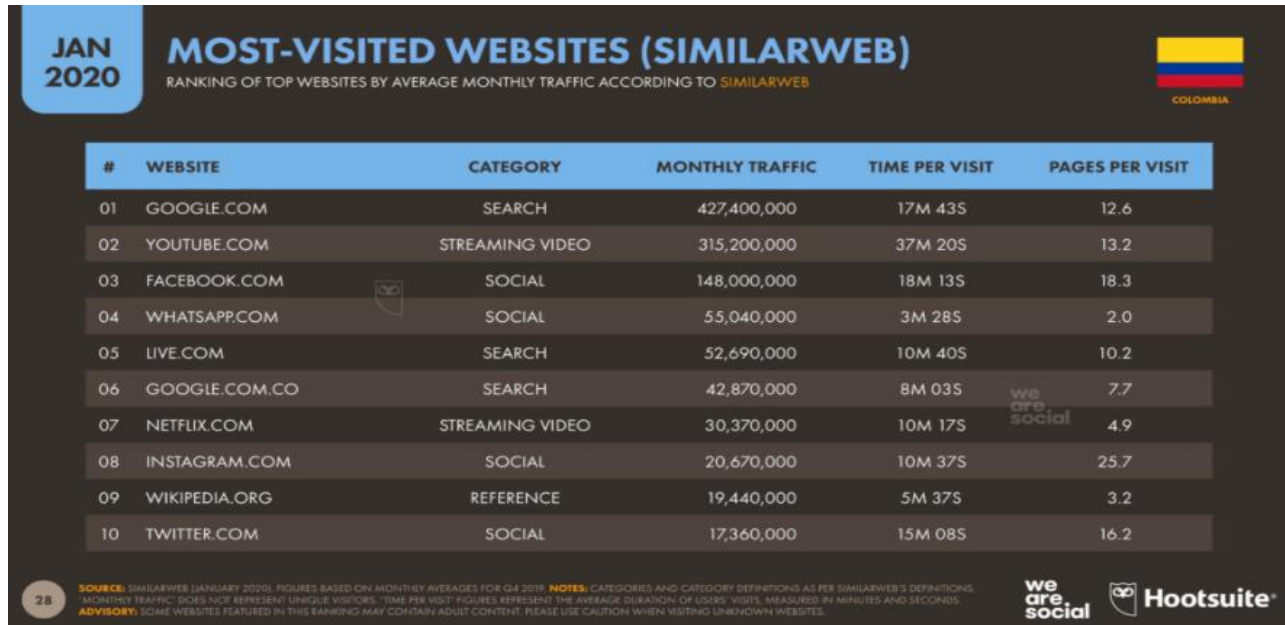
 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI)  <b>ANÁLISIS DEL SECTOR</b>	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020




Identificado el tiempo y el medio por el cual se accede a la red, solo resta por revisar que páginas web son las más consultadas, identificando los gustos de los colombianos y vislumbrando el panorama digital; en la siguiente gráfica se encuentran relacionadas las páginas Web con más visitas según el alto tráfico web; el listado lo encabeza GOOGLE con 17 minutos y 43 segundos en promedio por visitas y con 12.6 visitas de promedio. En este listado también se encuentran YOUTUBE, FACEBOOK, WHATSAPP, NETFLIX, INSTAGRAM, WIKIPEDIA Y TWITTER.<sup>10</sup>

<sup>10</sup> Fuente: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-colombia>

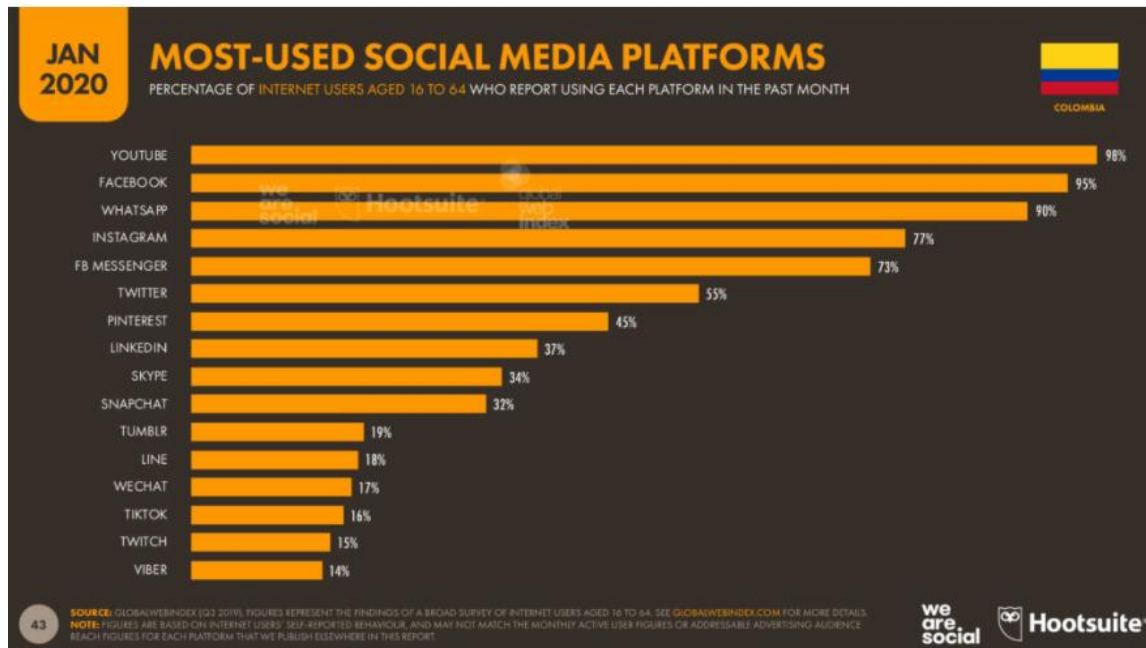
 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI)  <b>ANÁLISIS DEL SECTOR</b>	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020




 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI)  <b>ANÁLISIS DEL SECTOR</b>	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

No se podría analizar el contexto digital sin hablar directamente del fenómeno mundial de las redes sociales, basados en los reportes anuales sobre el porcentaje de los usuarios que pueden ser alcanzados mediante las plataformas digitales; la audiencia total estimada es de 35 millones de usuarios, lo que representa un 69% de la población, cifra que ha tenido un incremento en el último año del 11%, representando unos 3.4 millones de nuevos usuarios. Donde un 98% de los usuarios totales accede a las plataformas de redes sociales por vía de su teléfono celular.

En Colombia; el uso de redes sociales ocupa el 98 % de las actividades realizadas por los usuarios dentro de sus dispositivos inteligentes y está directamente ligada a redes como Facebook, Instagram, Twitter y YouTube. De hecho, las redes sociales en nuestro país están tan activas que, si una persona, marca o empresa realiza una campaña de ADS en Facebook, por ejemplo, "podrá alcanzar a 32 millones de personas en Colombia, de los cuales el 97,8 % acceden a la aplicación (Facebook) mediante dispositivos móviles". Las redes que los colombianos prefieren y que son las más consultadas son: Youtube con 98%, Facebook con 78% e Instagram 29% de los usuarios activos. Un vistazo más amplio se presenta en la siguiente gráfica:



Al ver el impacto que tienen las redes sociales en el comportamiento de quienes las usan continuamente, encontramos otra rama del mundo digital que es muy amplia y que solo para efectos de este análisis se tocará muy superficialmente; estamos hablando del e-commerce, es decir la actividad de comercio en línea. El comercio en línea viene creciendo a un ritmo impactante, cada día se abren nuevos mercados y se exploran muchos más tratando de satisfacer necesidades puntuales que buscan hacer la vida más fácil y práctica para el consumidor final; este tipo de comercio o economía virtual tiene cifras interesantes, partiendo del hecho que un

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI)  <b>ANALISIS DEL SECTOR</b>	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020


89% de la población conectada busca un producto o servicio en línea y que el 86% visita tiendas de descuento en línea se puede argumentar que existe un gran interés en el desarrollo masivo del comercio electrónico, las ventas se pueden traducir en que del total de compradores potenciales y consultantes un 60% compra un producto en línea, de los cuales un 36% compra a través de sus laptops o computadora de escritorio, mientras que un 43% realiza compras a través de su teléfono celular.

Como resumen a las cifras y valores expuestos, a continuación, se citan los valores relevantes para tener en cuenta y hacerse una idea global del consumo de internet en Colombia:

- La población en Colombia es de 50,61 millones de personas.
- El número de teléfonos conectados (60.38 millones), supera el número total de la población (50.61 millones)
- El 69% de los colombianos (35 millones) tenemos acceso a internet.
- 35 millones de colombianos son usuarios activos en redes sociales.
- 9 horas y 10 minutos es el tiempo promedio de uso diario de Internet y 3 horas y 35 minutos en las redes sociales
- 32 millones de usuarios tiene Facebook en Colombia.
- 12 millones de usuarios tiene Instagram en Colombia
- 2 millones de usuarios tiene Twitter en Colombia.
- Las redes sociales preferidas por los colombianos son: YouTube, Facebook, Whatsapp e Instagram.

Colombia ha mejorado en varios indicadores, superando en algunos el puntaje promedio para el continente. Ha mejorado en acceso a las TIC, uso y en desarrollo de competencias para uso de las tecnologías de la información; la meta es llegar a un nivel de desarrollo digital que se destaque entre los primeros lugares de la región, un desarrollo que debe reflejarse macroeconómicamente en el crecimiento del PIB, y en lo cotidiano en una mejor calidad de vida para la población a partir del disfrute de los beneficios y la importancia de las TIC.

Para seguir avanzando en la región, Colombia requiere mejorar en las dimensiones infraestructura, inversión, capital humano y políticas institucionales. Las tecnologías están siendo condicionadas por la evolución y la forma de acceder a los contenidos, servicios y aplicaciones, a medida que se extiende la banda ancha y los usuarios se adaptan, se producen unos cambios en los servicios. A raíz de este fenómeno cambiante a nivel mundial y tratando de superar los limitantes históricos referente a los servicios tecnológicos en cuanto a ancho de banda, confidencialidad de la información, sobrecargas en los sistemas, saturación de servidores entre otras, las empresas y entidades pasaron a utilizar las TIC como un nuevo canal de difusión de los productos y servicios aportando a sus usuarios una ubicuidad de acceso. Aparecieron un

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI)  <b>ANÁLISIS DEL SECTOR</b>	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

segundo grupo de servicios TIC como el comercio electrónico, la banca en línea, el acceso a contenidos informativos y de ocio y el acceso a la administración pública<sup>11</sup>.

### Marco legal de las TIC en Colombia


Después de analizar los componentes del sector TIC y de tener una idea más clara sobre los servicios que puede ofrecer tomando como referencia los aspectos que componen el sector, entraremos a revisar los agentes regulatorios que fomentan el equilibrio y la competencia igualitaria para el sector, además de velar por los derechos del consumidor entre otros.

En Colombia las normas reglamentarias nacionales aluden a las redes, sistemas y servicios de telecomunicaciones, dejando en un marco independiente las tecnologías y su mantenimiento, partiendo del principio que estas no forman parte directa de incidencias privadas o públicas que inclinen o jueguen a favor de alguno de estos entes o de sus mercados; es decir en sí mismas son neutrales y pueden ser aptas para la configuración de las redes y la prestación de los servicios de telecomunicaciones. Colombia mantiene una política de neutralidad tecnológica, donde la regulación es independiente de la tecnología de acuerdo a lo establecido en la ley 1341 de 2009, que regula todo lo relacionado con las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC).

De otra parte, en lo que atañe específicamente al sector de las Tecnologías de la información y las Comunicaciones (TIC), la Ley 1341 de 2009, define el marco general para la formulación de las políticas públicas que regirán dicho sector, en su artículo 2 establece que la investigación, el fomento, la promoción y el desarrollo de las TIC son una política de Estado que involucra a todos los sectores y niveles de la administración pública y de la sociedad, a fin de contribuir al desarrollo educativo, cultural, económico, social y político e incrementar la productividad, la competitividad, el respeto a los Derechos Humanos inherentes y la inclusión social. Asimismo la Ley 1341 al listar en su artículo 4 las facultades de intervención del Gobierno en el sector TIC, para incentivar y promover el desarrollo de la industria de tecnologías de la información y las comunicaciones y contribuir al crecimiento económico, la competitividad, la generación de empleo y las exportaciones.

Así mismo la Ley 1341 del 30 de julio de 2009 - “Por la cual se definen Principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones -TIC-, se crea la Agencia Nacional del Espectro y se dictan otras disposiciones” para facilitar acceso de todos los habitantes del territorio nacional a las TIC, para lo cual, entre otras actividades se le autoriza a financiar planes, programas y proyectos para promover la investigación, el desarrollo y la innovación de las Tecnologías de Información y las Comunicaciones dando prioridad al desarrollo de contenidos.


<sup>11</sup> Fuente: Autor; Guide to Measuring the Information Society (2011). OECD; Clasificación Central de Productos – CPC Vers. 2 A.C . DANE; CRC (2010). Análisis del sector TIC en Colombia: Evolución y Desafíos; RAÚL KATZ (2015). El ecosistema y la economía digital en América Latina

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI)  <b>ANÁLISIS DEL SECTOR</b>	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

La Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) ha implementado una serie de medidas regulatorias orientadas a la protección de los usuarios de los servicios de comunicaciones, entre las que se encuentran: la eliminación de cláusulas de permanencia para servicios de comunicaciones móviles, el modelo de contrato único, el Régimen de Protección de Usuarios de servicios de comunicaciones y postales, la implementación y operación de la Portabilidad Numérica Móvil y la Compensación Automática, entre otras.

Para el presente estudio y soportando el marco jurídico normativo nacional; a continuación se relacionan en orden cronológico leyes, normas y /o decretos más importantes que fundamentan este análisis:

- [Ley 23 de 1982](#) - Sobre derechos de autor; arts. 31 a 44
- [Ley 46 de 1985](#) - Por medio de la cual se aprueban el "convenio de telecomunicaciones", firmado en nairobi el 6 de noviembre de 1982 y el "reglamento de radiocomunicaciones de la unión internacional de telecomunicaciones", adoptado en ginebra el 6 de diciembre de 1979
- [Ley 72 de 1989](#) - Por la cual se definen nuevos conceptos y principios sobre la organización de las telecomunicaciones en Colombia y sobre el régimen de concesión de los servicios y se confieren unas facultades extraordinarias al presidente de la república
- [Ley 94 de 1993](#) - Por la cual se fomenta el desarrollo de la radio experimentación a nivel aficionado y la nación se asocia al sexagésimo aniversario de la fundación de la liga colombiana de radioaficionados.
- [Ley 527 de 1999](#) - Por medio de la cual se define y reglamenta el acceso y uso de los mensajes de datos, del comercio electrónico y de las firmas digitales, y se establecen las entidades de certificación y se dictan otras disposiciones.
- [Ley 680 de 2001](#) - Por la cual se reforman las leyes 14 de 1991, 182 de 1995, 335 de 1996 y se dictan otras disposiciones en materia de televisión.
- [LEY 1065 de 2006](#) - Por la cual se define la administración de registros de nombres de dominio .co y se dictan otras disposiciones; Art. 2o
- [Ley 1221 de 2008](#) - Por la cual se establecen normas para promover y regular el teletrabajo y se dictan otras disposiciones
- [Ley 1369 de 2009](#) - Por medio de la cual se establece el régimen de los servicios postales y se dictan otras disposiciones
- [Ley 1341 de 2009](#) - Por la cual se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las tecnologías de la información y las comunicaciones - tic-, se crea la agencia nacional de espectro y se dictan otras disposiciones
- [Ley 1273 de 2009](#) - Por medio de la cual se modifica el código penal, se crea un nuevo bien jurídico tutelado - denominado "de la protección de la información y de los datos"- y se preservan integralmente los sistemas que utilicen las tecnologías de la información y las comunicaciones, entre otras disposiciones
- [Ley 1507 de 2012](#) - Por la cual se establece la distribución de competencias entre las entidades del estado en materia de televisión y se dictan otras disposiciones.

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI)  <b>ANÁLISIS DEL SECTOR</b>	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020


- [Ley 1978 de 2019](#) - Por la cual se moderniza el sector de las tecnologías de la información y las comunicaciones (tic), se distribuyen competencias, se crea un regulador único y se dictan otras disposiciones
- [LEY 1955 de 2019](#) - Por el cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022 "Pacto por Colombia, Pacto por la Equidad"; Art. 147
- Resoluciones [325](#), [326](#), [327](#), [328](#), [329](#), [330](#), [331](#), [332](#) y [333](#) del 20 de febrero de 2020; Ministerio de Comunicaciones.

### Marco legal de las redes sociales:


En el siguiente cuadro encontrara un listado de las diferentes normas que aplican para a las redes sociales en Colombia con una breve descripción de su aplicación para este servicio<sup>12</sup>:

Norma	Título Norma	Aplicación en redes sociales
Ley 23 de 1982	Sobre derechos de autor	Para la protección de las obras y sus derechos patrimoniales y morales
<a href="#">Ley 1341 de 2009</a>	Por la cual se definen Principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones -TIC-, se crea la Agencia Nacional del Espectro y se dictan otras disposiciones	Establece: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lineamientos generales para la prestación de los servicios de Radiodifusión Sonora</li> <li>• Obligación de pago de contraprestaciones por concesión y por uso del espectro del Servicio de Radiodifusión Sonora.</li> <li>• Obligación de registro TIC de Radiodifusión Sonora</li> <li>• Funciones del Ministerio TIC (Política, Reglamentación, planes técnicos e inspección vigilancia y control del Servicio de Radiodifusión Sonora).</li> <li>• Funciones de Agencia Nacional del Espectro (Vigilancia y control del Espectro radioeléctrico)</li> <li>• Principios de la radiodifusión Sonora.</li> <li>• Condiciones, clasificación y procedimiento para la prestación del servicio de Radiodifusión Sonora</li> </ul>


<sup>12</sup> Fuente: [http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/constitucion\\_politica\\_1991.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/constitucion_politica_1991.html)

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI)  <b>ANÁLISIS DEL SECTOR</b>	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

Norma	Título Norma	Aplicación en redes sociales
Ley 23 de 1982	Sobre derechos de autor	Para la protección de las obras y sus derechos patrimoniales y morales
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Obligación de Licencia para transmisión de Programas informativos o periodísticos.</li> <li>Condiciones para cesión y transferencia de derechos de concesión, arrendamiento de emisoras.</li> <li>Régimen de infracciones y sanciones.</li> </ul>
<a href="#">LEY ESTATUTARIA 1581 DE 2012</a>	Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales.	Principios para el tratamiento de datos personales <ul style="list-style-type: none"> <li>Principio de legalidad en materia de Tratamiento de datos</li> <li>Principio de finalidad</li> <li>Principio de libertad</li> <li>Principio de veracidad o calidad</li> <li>Principio de transparencia</li> <li>Principio de acceso y circulación restringida</li> <li>Principio de seguridad</li> <li>Principio de confidencialidad</li> </ul>
<a href="#">LEY 360 DE 1997</a>	Por medio de la cual se modifican algunas normas del título XI del Libro II del Decreto-ley 100 de 1980 (Código Penal), relativo a los delitos contra la libertad y pudor sexuales, y se adiciona el artículo 417 del Decreto 2700 de 1991 (Código Procedimiento Penal) y se dictan otras disposiciones.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se adiciona el artículo 417 del Decreto 2700 de 1991 (Código Procedimiento Penal)</li> </ul>
<a href="#">Ley 1273 de 2009</a>	Por medio de la cual se modifica el Código Penal, se crea un nuevo bien jurídico tutelado -denominado "de la protección de la información y de los datos"- y se preservan integralmente los sistemas que utilicen las tecnologías de la	<ul style="list-style-type: none"> <li>De los atentados contra la confidencialidad, la integridad y la disponibilidad de los datos y de los sistemas informáticos</li> <li>De los atentados informáticos y otras infracciones</li> </ul>

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI)  <b>ANÁLISIS DEL SECTOR</b>	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

Norma	Título Norma	Aplicación en redes sociales
Ley 23 de 1982	Sobre derechos de autor	Para la protección de las obras y sus derechos patrimoniales y morales
	información y las comunicaciones, entre otras disposiciones	
<a href="#">LEY 599 DE 2000</a>	Normatividad sobre delitos relacionados con contenidos de explotación sexual infantil	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Artículo 218. El que fotografíe, filme, grabe, produzca, divulgue, ofrezca, venda, compre, posea, porte, almacene, transmita o exhiba, por cualquier medio, para uso personal o intercambio, representaciones reales de actividad sexual que involucre persona menor de 18 años. Igual pena se aplicará a quien alimente con pornografía infantil bases de datos de Internet, con o sin fines de lucro.</li> <li>• Artículo 219A. Utilización o facilitación de medios de comunicación para ofrecer actividades sexuales con personas menores de 18 años. El que utilice o facilite el correo tradicional, las redes globales de información, telefonía o cualquier medio de comunicación, para obtener, solicitar, ofrecer o facilitar contacto o actividad con fines sexuales con personas menores de 18 años.</li> </ul>
<a href="#">Decreto 4995 de 2009</a>	Por el cual se modifica el Decreto 4350 de 2009	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se modificó el artículo 6 del decreto 4350 de 2009 agregando el cobro de contraprestación al momento de la prórroga de la concesión.</li> </ul>
<a href="#">Decreto 4948 de 2009</a>	Por el cual se reglamenta la habilitación general para la provisión de redes y servicios de telecomunicaciones y el registro de TIC	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establece que la inscripción en el registro de TIC, por parte de los proveedores de los servicios de radiodifusión sonora, se sujetará a la reglamentación especial establecida para esta clase de servicios.</li> <li>• Dicha reglamentación especial está contenida en la Resolución 415 de 2010 en los artículos 98 a 101.</li> </ul>

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI)  <b>ANÁLISIS DEL SECTOR</b>	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020


Norma	Título Norma	Aplicación en redes sociales
Ley 23 de 1982	Sobre derechos de autor	Para la protección de las obras y sus derechos patrimoniales y morales
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Según esta reglamentación especial Son aplicables a los proveedores de los servicios de radiodifusión sonora las normas sobre procedimiento, reformas y cancelación del registro a que hace referencia la reglamentación general sobre el registro de proveedores de redes y servicios de telecomunicaciones.</li> </ul>

Normatividad Aplicable para Derechos de Autor:



A nivel **Constitucional**; (entre otros) el artículo 61 que acoge a toda la reglamentación de la Propiedad Intelectual y la Decisión 351 de 1993 de Régimen Común sobre Derechos de Autor y Derechos Conexos.

A nivel de **Leyes**; (entre otras) la Ley 23 de 1982 correspondiente al Régimen general de derechos de Autor, la Ley 44 de 1993 que modifica y adiciona la Ley 23 de 1982 y Modifica la Ley 29 de 1944. Ley 599 de 2000 o Código Penal Colombiano, artículo 28 Ley 57 de 1887 o Código Civil, Ley 141 de 1961 o Código Sustantivo del Trabajo, Ley 1493 de 2011. Ley 545 de 1999 Sobre interpretación o ejecución y fonogramas (WPPT). Ley 565 de Febrero 2 de 2000 con el que se aprueba el tratado de la OMPI

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI)  <b>ANÁLISIS DEL SECTOR</b>	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

sobre Derechos de Autor (WCT).

Ley 26 de Diciembre 21 de 1992 sobre el cuál se aprueba el tratado sobre el registro internacional de obras audiovisuales (Ley declarada exequible por la Corte Constitucional<sup>13</sup>.

A nivel de **Decretos**; (Entre otros) todos aquellos que generan la reglamentación de las leyes vigentes en Propiedad Intelectual, como 1258 de 2012 sobre las artes escénicas, Decreto 3942 de 2010 que reglamenta las Leyes 23 y 44, Decreto 1162 de 2010 por el que se organiza el sistema administrativo Nacional de Propiedad Intelectual y se crea la comisión intersectorial de Propiedad Intelectual, Decreto 4835 de 2008 por el cual se modifica la estructura de la Dirección Nacional de Derecho de Autor y se dictan otras disposiciones, Decreto 1360 de 1989 de Normatividad relativa a los Derechos de Autor y Decreto 460 de 1995 que reglamenta el Registro Nacional de Derecho de Autor y se regula el Depósito Legal y en materia de contratación estatal se encuentra regulado en los artículos 2.2.1.1.1.3.1., y 2.2.1.2.1.4.8 del Decreto 1082 de 2015.

A nivel de **Tratados Multilaterales**; (Entre otros) el Convenio de Berna, el Tratado Internacional para Obras Audiovisuales, la Convención sobre propiedad Literaria y Artística. Tratado de los ADPIC, supeditado a la Constitución de la UNESCO y en los Principios Universales de los derechos Humanos. Convención Universal del derecho de Autor, Convención de Roma de 1961. Tratado OMPI sobre interpretación o ejecución de fonogramas (Aprobado por la Ley 545 de 1999). Tratado de la OMPI sobre Derecho de Autor de 1996 (Aprobado por la Ley 565 de 2000).


A nivel de **Tratados Bilaterales**; los tratados entre Colombia y Alemania, Colombia y Estado Unidos, Colombia y Canadá, Colombia y Francia, Colombia y España.

### Los Derechos de Autor en las plataformas virtuales<sup>14</sup>:

Es muy importante entender el grado de relevancia que el mundo de la informática y las redes virtuales tienen sobre los derechos de Autor, en la medida en la que se ha generado ya una “cultura de la virtualidad” que como lo expresa Piedad Lucía Barreto

<sup>13</sup> Sentencia C-489 de Octubre de 1993. Magistrado ponente Antonio Barrera Carbonell.

<sup>14</sup> [https://www.utadeo.edu.co/files/collections/documents/field\\_attached\\_file/moduloi\\_2.pdf](https://www.utadeo.edu.co/files/collections/documents/field_attached_file/moduloi_2.pdf), rescatado el 26 de marzo de 2020.

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI)  <b>ANÁLISIS DEL SECTOR</b>	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

Granada<sup>15</sup>, “son las nuevas prácticas y los usos generados a partir de la interacción con las TIC”. El grado de importancia redunda en el hecho de la rapidez con la que la información se difunde a través de las redes públicas y privadas, haciendo con ello, que la gran cantidad de obras que se difunden, sean conocidas por más personas en lapsos de tiempos muy pequeños, prácticamente en tiempo real.

Esa rapidez de la difusión de la información, hace que la normatividad que se aplica para lograr un control de usos indebidos por parte de terceros inescrupulosos, sea muy difícil de manejar y por consiguiente más difícil de castigar, eso sin contar los riesgos al que los autores se exponen a diario, porque lo que se difunde por la red no son objetos, sino los valores perceptuales e información que son más fáciles de apropiar y de aplicar y por consiguiente copiar y enviar como datos digitales.


Pero para que éstos objetos se conviertan en valores perceptuales y por consiguiente se transformen en imágenes digitales bidimensionales, en 3 D o en imágenes para la realidad virtual, se hace necesario generar una serie de procedimientos para que la información pase de análoga a digital y de ésta forma entre a ser parte del mundo de la red; los pasos se concentran en una toma fotográfica digital o escaneo bidimensional o tridimensional digital (a esto se le llama digitalización), ajuste de la extensión del archivo para la grabación, almacenamiento de la información y puesta en el entorno digital.

Los Derechos de Autor en la red, están representados en una serie de obras tal y como se encuadran en la Gráfica a continuación:



Grafica No. 2

<sup>15</sup> BARRETO GRAN Colombia. 2012.

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI)  <b>ANÁLISIS DEL SECTOR</b>	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

### Obras en la RED


- **Nombre de Dominio:** Considerado un tipo de marca de los signos distintivos (remitirse a la sección de marcas en “otros signos distintivos”).
- **Páginas WEB:** Obras de alta creatividad, formadas por códigos que en su conjunto logran una composición de diseño, involucrando figuras, colores, imágenes, etc.
- **Software:** Es un tipo de lenguaje, que pertenece a la clasificación de las obras literarias. Decisión 351 de 1993, artículo 4, literal I.
- **Bases de datos de compilación:** Divididas en inclusión de obras, en cuyo caso se considerarían obras derivadas y la de datos que no necesariamente está protegida por los derechos de autor.
- **Imágenes y videos:** Figura trabajada mediante un “convertidor ADC, que guarda cada lectura de voltaje como un píxel representando zonas, a lo largo de una línea que contiene un número de píxel por pulgada” y “Traducción de información mediante procesadores de información digital DSP”<sup>16</sup>.
- **Imágenes en la realidad virtual (VR):** No pueden ser trabajados como una película en tercera dimensión (3-D). Esta división trabaja con lenguaje VRML o de modelación de realidad virtual que es “Un lenguaje de modelación es una descripción matemática de formas geométricas”<sup>16</sup>, éstos no están contemplados como tales en la decisión 351 de 1993 ni en la Ley 23 de 1982, aunque se asimilarían a lo dispuesto en su artículo 2 en el que la protección de los derechos de autor recae en “cualquier otro medio conocido o por conocer”.

Ahora bien, el auge de Internet como plataforma para los negocios y las actividades empresariales convirtió, allá por los años noventa, a los nombres de dominio en los primeros identificadores comerciales de las empresas en la red (Tourinho, 2010)<sup>17</sup>. Actualmente las redes sociales también sirven como creadores de identidad de ciertos personajes o empresas famosas en Facebook o Twitter. En el caso de estas plataformas, el nombre de usuario funciona como un “identificador”, por ejemplo; en Twitter cada usuario elige un nombre con el que saltar a la red, que es único y no es susceptible de repetición<sup>18</sup>. Y ese carácter único de los nombres de usuario en Twitter, o en el caso de Facebook e Instagram las métricas de sus impactos, les da un valor importante para ser conservados por su creador y protegidos legalmente, aunque no bajo las normas de la propiedad industrial (signos distintivos o marcas) si se protege bajo las normas de

<sup>16</sup> WHITE. Ron. *Cómo funcionan las computadoras*. Prentice Hall. Págs. 119 y 143

<sup>17</sup> TOURIÑO, A. (2010) *Twitter, Paraíso de cibercupas*, disponible en [www.marketingpress.es](http://www.marketingpress.es)

<sup>18</sup> Asunción Hernández Fernández (2013), *Interacción entre el E.Branding y los nombres de dominio: perspectiva conflictual en redes sociales*. Revista de investigación 3ciencias.

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI)  <b>ANALISIS DEL SECTOR</b>	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

derecho del consumidor, derecho al buen nombre, derecho a la intimidad, derecho de la competencia y código penal colombiano.


Pese a que los nombres de dominio y nombres en redes sociales constituyen una nueva categoría de trascendencia jurídica en materia distintiva surgida con ocasión del internet, en Colombia aún no se regula esta materia como signos distintivos, la SIC se ha pronunciado a través de conceptos donde *“diferenció claramente los nombres de dominio de las marcas. Frente a los primeros afirmó que son simples identificadores (que pueden envolver o no una actividad comercial) entendidos como direcciones de la red global de internet, expresadas simplemente para la facilidad del usuario. En cuanto a la marca, al tenor de lo dispuesto por el artículo 134 de la Decisión 486 de la CAN, afirmó que la misma se constituye como el signo apto para distinguir productos o servicios en el mercado. Así las cosas, determinó que los conceptos envuelven una idea diferente: la marca es el signo apto para la protección de un producto o servicio mientras que el nombre de dominio es un signo identificador de una dirección en la red global de Internet. Por lo anterior, en opinión de esta Superintendencia, los nombres de dominio no constituyen marcas comerciales, aunque el nombre de dominio puede constituir, eventualmente, la manifestación del uso de una marca”*<sup>19</sup>.

### Descripción De La Necesidad

Atendiendo las responsabilidades de la Oficina de Comunicaciones y la importancia que tiene para el gobierno local, se hace necesario desarrollar estrategias e iniciativas que permitan visibilizar la gestión de la Alcaldía de cara a los ciudadanos, por ello la Oficina de Comunicaciones continúa con la estrategia de mantener una adecuada comunicación desde el carácter institucional y gubernamental en función de las iniciativas que impulsa la Alcaldía Distrital de Santiago de Cali, orientadas desde el Plan de Desarrollo Cali Unida por la Vida 2020 – 2023, sus dimensiones y los proyectos que se ejecutarán en el marco de este.

En este escenario se ha identificado una necesidad puntual de prestar los servicios de difusión y divulgación a través de plataformas digitales de los medios de comunicación masiva, clasificados como medios alternativos y redes sociales, con el objeto de promover campañas institucionales, fortalecer la imagen de la entidad e informar de manera oportuna a la comunidad caleña en asuntos de interés público, todo orientado por la Oficina de Comunicaciones de la alcaldía distrital de Santiago de Cali de acuerdo con el proyecto *“IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL CLARA Y TRANSPARENTE EN SANTIAGO DE CALI”* con Ficha BP-26003011. Las actividades a contratar son las siguientes:

<sup>19</sup> Superintendencia de Industria y Comercio (2003), Concepto 03087905 del 17 de diciembre de 2003.

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI)  <b>ANALISIS DEL SECTOR</b>	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

Descripción del producto	Cantidad de piezas	Valor unitario neto	Valor total neto
Mensajes institucionales a través de Twitter, permitiendo republicar mensajes de la comunidad o de interés general o institucional.	180	\$ 33.333,33	\$ 6.000.000

Luego de evaluar el mercado la Oficina de Comunicaciones requiere contratar el servicio de difusión y divulgación a través de plataformas digitales, clasificados como medios alternativos y redes sociales para la promoción de campañas y gestiones del Distrito de Santiago de Cali que permita llegar a todo el Valle del Cauca; adicional a esto es necesario que cuente con un espacio acreditado y establecido que permita llegar al nicho del mercado que quiere estar enterado de las noticias de la región; audiencia de hombres y mujeres Hombres y mujeres de 18 a 50 años.


Para realizar la escogencia del proveedor idóneo es preciso analizar las ofertas comerciales, su alcance, precio y valores agregados contenidos en el siguiente cuadro:

Tipo de criterio:	Criterio:
Población a impactar	Hombres y mujeres de 18 a 50 años.
Valor de la Propuesta	Valor por mensaje institucional en redes; valor por menciones en audio en programa de alta audiencia.
Trayectoria	Espacio en redes sociales (Twitter) con 56.000 seguidores certificados en estas redes.

La persona elegida deberá contar con experiencia y/o trayectoria reconocida en el mercado y un buen portafolio de servicios, atributos adecuados que muestran la capacidad de apoyar las necesidades que requiere la Oficina de Comunicaciones y su estrategia.

## ESTUDIO DE LA DEMANDA

La información de la demanda permite a la Secretaría de Gobierno - Oficina de Comunicaciones recopilar información histórica sobre la forma cómo se han contratado bienes o servicios similares, así como conocer las experiencias y recopilar información sobre las buenas prácticas que implementa tanto el Municipio de Santiago de Cali, como otras entidades estatales y organizaciones para su contratación.

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	<b>SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI)</b>  <b>ANÁLISIS DEL SECTOR</b>		MAJA01.04.01.18.P02.F01	
			VERSIÓN	2
			FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020


Con el propósito de facilitar y fortalecer la contratación y de acuerdo con lo requerido por la entidad, según las tendencias actuales del mercado; a continuación, se relacionan los contratos suscritos por el Municipio de Santiago de Cali; así como otras entidades referentes para el presente proceso:

### Procesos de Contratación del Municipio de Santiago de Cali<sup>20</sup>

Número de proceso	Entidad	Objeto contractual	Valor	Modalidad de selección	Proveedor	Plazo del contrato
4161.0.26.1.191.2014	VALLE DEL CAUCA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE CALI	Prestación de servicios como apoyo en la divulgación por medio de redes sociales y medios online de las estrategias de comunicación en la Secretaría de Gobierno, Convivencia y seguridad, en desarrollo del proyecto denominado: "Fortalecimiento del sistema de información del Observatorio Social en el Municipio de Santiago de Cali", según Ficha EBI No 080-42721	\$ 8,760,000	Contratación Directa (Ley 1150 de 2007)	Juan Camilo Pachon Petev	6 Meses
4112.060.32.1.377-2020	MUNICIPIO DE SANTIAGO DE CALI - SECRETARIA DE GOBIERNO	PRESTAR SERVICIOS DE DIFUSIÓN Y DIVULGACIÓN EMPLEANDO PLATAFORMAS DE MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN EN LA CLASIFICACIÓN DE MEDIOS ALTERNATIVOS Y REDES SOCIALES, PARA LA PROMOCIÓN DE CAMPAÑAS Y GESTIONES DE LA ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI ORIENTADAS POR LA OFICINA DE COMUNICACIONES. EL PROPÓSITO SERÁ FORTALECER LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA ENTIDAD Y LA ENTREGA DE INFORMACIÓN OPORTUNA A LA COMUNIDAD EN GENERAL.	\$ 7.999.758	Contratación Directa (Ley 1150 de 2007)	SERGUS PRODUCCIONES S.S.A.S.	35Días
4112.060.32.1.383-2020	MUNICIPIO DE SANTIAGO DE CALI - SECRETARIA DE GOBIERNO	PRESTAR SERVICIOS DE DIFUSIÓN Y DIVULGACIÓN EMPLEANDO PLATAFORMAS DE MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN EN LA CLASIFICACIÓN DE MEDIOS ALTERNATIVOS Y REDES SOCIALES, PARA LA PROMOCIÓN DE CAMPAÑAS Y GESTIONES DE LA ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI ORIENTADAS POR LA OFICINA DE COMUNICACIONES. EL PROPÓSITO SERÁ FORTALECER LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA ENTIDAD Y LA ENTREGA DE INFORMACIÓN OPORTUNA A LA COMUNIDAD EN GENERAL.	\$ 6.000.000	Contratación Directa (Ley 1150 de 2007)	LUIS EDUARDO RENGIFO ROMERO	35Días
4112.060.32.1.363	MUNICIPIO DE SANTIAGO DE CALI - SECRETARIA DE GOBIERNO	PRESTAR SERVICIOS DE DIFUSIÓN Y DIVULGACIÓN EMPLEANDO PLATAFORMAS DE MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN EN LA CLASIFICACIÓN DE MEDIOS ALTERNATIVOS Y REDES SOCIALES, PARA LA PROMOCIÓN DE CAMPAÑAS Y GESTIONES DE LA ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI ORIENTADAS POR LA OFICINA DE COMUNICACIONES. EL PROPÓSITO SERÁ FORTALECER LA IMAGEN INSTITUCIONAL DE LA ENTIDAD Y LA ENTREGA DE INFORMACIÓN OPORTUNA A LA COMUNIDAD EN GENERAL.	\$ 7.992.000	Contratación Directa (Ley 1150 de 2007)	JAIR ABONIA CAMACHO	40Días


Al revisar la información del cuadro anterior; podemos evidenciar que la modalidad de contratación para la difusión y divulgación a través de plataformas digitales; está lineada por la contratación directa bajo la subcausal del proveedor único; ahora bien, al analizar cuales son las posibles causas de este tipo de contratación debemos apoyarnos en los objetos de los contratos enunciados, donde se especifica el propósito del servicio a contratar y su alcance; es decir se el

<sup>20</sup> Fuente: Secop

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI)  <b>ANÁLISIS DEL SECTOR</b>	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

mecanismo por el cual se quiere dar a conocer el mensaje institucional, su impacto y alcance que está intimamente ligado a la estrategia administrativa que se quiere comunicar.

Otro aspecto relevante es el hecho que los espacios ya sean periodísticos, de entretenimiento o informativos entre otros que conforman el espacio digital no cuentan con un estándar global; cada medio tiene diversidad de programas que cuyo objeto es fidelizar su público impactando diferentes audiencias; hecho que permite identificar los picos de audiencias y la diferenciación de espacios, que se traduce en apertura de espacios propicios para emitir un mensaje puntual en un horario específico para un público explícito.


 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	<b>SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL          INTEGRADOS          (SISTEDA, SGC y MECI)</b>		MAJA01.04.01.18.P02.F01	
	<b>ANALISIS DEL SECTOR</b>		VERSIÓN	2
			FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

### Procesos de Contratación de otras Entidades Estatales<sup>21</sup>

Número de proceso	Entidad	Objeto contractual	Valor	Modalidad de selección	Proveedor	Plazo del contrato
FACTURA HFFFJZ64M2	SANTANDER - CAMARA DE COMERCIO DE BUCARAMANGA	Publicidad de las diferentes campañas de la CCB en la pagina de facebbok.	\$ 2,142,000	Régimen Especial	FACEBOOK IRELAND LIMITED	1 Mes
CPS-04-2021	BOLIVAR - CÁMARA DE COMERCIO DE MAGANGUÉ	PRESTACION DE SERVICIOS DE PUBLICIDD INSTITUCIONAL EN MEDIOS VIRTUALES A TRAVES DE AB TELEVISION MAGANGUE PARA LA CAMARA DE COMERCIO DE MAGANGUE	\$ 1,863,000	Régimen Especial	CAMARA DE COMERCIO DE MAGANGUE	181 Días
13 de 2020	ANTIOQUIA - CONCEJO MUNICIPIO DE EL BAGRE	APOYO A LA GESTIÓN EN LA PRODUCCIÓN DE MATERIAL INFORMATIVO PARA LA DIFUSIÓN EN REDES SOCIALES Y CANAL LOCAL DEL CASCO URBANO, DE REPORTES AUDIOVISUALES EDITADOS DE 8 DE LAS SESIONES DEL CONCEJO MUNICIPAL DE EL BAGRE REALIZADAS EN EL PASADO MES DE AGOSTO DE 2020, Y LA DIFUSIÓN POR CANAL DE TV EN EL CORREGIMIENTO DE PUERTO CLAVER DEL MISMO NÚMERO DE SESIONES DE MANERA COMPLETA CON PREVIO PROCESO DE OPTIMIZADO- REALIZACIÓN Y CONDUCCIÓN DE 8 PROGRAMAS RADIALES INFORMATIVOS DEL CONCEJO Y LA DIFUSIÓN DE 4 NOTAS PROMEDIO EN PORTAL DIGITAL REGIONAL DE NOTICIAS	\$ 5,700,000	Contratación Directa (Ley 1150 de 2007)	ISRAEL ALFONSO RIVERA AVILA	8 Días
CPS-060-2020	ANTIOQUIA - ALCALDÍA MUNICIPIO DE ANGOSTURA	PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA EL APOYO EN LA REALIZACIÓN DE LAS FUNCIONES DE COMUNICACIÓN Y PERIODISMO EN LA ELABORACIÓN DE TEXTOS Y PIEZAS PUBLICITARIAS PARA RADIO, PUBLICACIONES EN REDES SOCIALES Y PÁGINA WEB COMO APOYO A LAS TIC'S	\$ 7,500,000	Contratación Directa (Ley 1150 de 2007)	PEDRO JAVIER MUÑOZ MUÑOZ	3 Meses
4143.076.26.027-2020	VALLE DEL CAUCA - INSTITUCIÓN EDUCATIVA LA BUITRERA - CALI	Prestar servicio publicación y actualización de redes sociales, capacitación y prácticas en edición de videos a los estudiantes de la Institución Educativa La Buitrera.	\$ 2,810,789	Régimen Especial	SERGUS PRODUCCIONES SAS	3 Meses
917.104.2.378.2019	VALLE DEL CAUCA - METROCALI	CONTRATAR LA PRESTACION DE SERVICIO DE PUBLICACION DE PAUTAS OPERATIVA Y EJECUCIÓN PUBLICITARIA, PROMOCIONAL E INFORMATIVA DE LA CAMPAÑA " LO BUENO ES MIO" EN MEDIOS DIGITALES, REDES SOCIALES Y MEDIOS IMPRESOS, CON EL FIN DE COMUNICAR A LA POBLACIÓN LOS GENERADOS POR EL SITM MIO A LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI, TENDIENTE A LA GENRACION DE SENTIDO DE PERTENEZIA Y CONFIANZA EN EL SISTEMA.	\$ 158,999,999	Contratación Directa (Ley 1150 de 2007)	EL PAIS S.A	250 Días
No. 050 DE 2019	VALLE DEL CAUCA - IMPRENTA DEPARTAMENTAL DEL VALLE	CONTRATAR LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA REALIZAR EJECUCIÓN DE TÁCTICA DIGITAL MEDIANTE DIFUSIÓN EN REDES SOCIALES Y OTROS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITALES, CON EL FIN DE CUMPLIR CON LAS FUNCIONES Y OBLIGACIONES CONTRACTUALES ADQUIRIDAS POR PARTE DE LA IMPRENTA DEPARTAMENTAL SOLUCIONES INTEGRALES Y DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIONES - IMPRETI' S E.I.C.E	\$ 296,390,256	Régimen Especial	MARKETING Y GESTIÓN ADMINISTRATIVA MGA OUTSOURCING S.A.S.	252 Días

Conforme a lo publicado por las diferentes entidades de contratación estatal se encuentra que varias entidades han contratado servicios similares que permiten suplir la necesidad de informar y difundir el mensaje explícito a su público objetivo; las modalidades de selección varían de acuerdo a las necesidades, tiempos de ejecución y presupuesto. Para este caso en particular

<sup>21</sup> Fuente: Secop

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI)  <b>ANÁLISIS DEL SECTOR</b>	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

donde las particularidades propias del servicio y el enfoque segmentan los medios de comunicación; la contratación directa cobra un factor relevante como proceso eficaz para direccionar la metodología en la que se pretende incursionar debido a la naturaleza del servicio y el objeto tan puntual cuyo resultado depende estrictamente del medio de comunicación que a su vez esta direccionado al público objetivo que se quiere atacar o está íntimamente ligado a la franja o nivel de dispersión de la comunicación.

## ESTUDIO DE LA OFERTA

Las redes sociales son estructuras formadas en Internet por personas u organizaciones que se conectan a partir de intereses o valores comunes. A través de ellas, se crean relaciones entre individuos o empresas de forma rápida, sin jerarquía o límites físicos; Otro concepto que nace de estas “nuevas tendencias” es el de Social Media; Muchas personas creen que las redes sociales y social media son lo mismo, pero no es cierto. Social media es el uso de tecnologías para hacer interactivo el diálogo entre personas, mientras que red social es una estructura social formada por personas que comparten intereses similares, social media, es un término amplio, que abarca diferentes medios, como videos, blogs y las ya mencionadas redes sociales; inmerso en este concepto están los lugares en los que se puede transmitir información a otras personas, hecho que ayudan a las personas a unirse a través de la tecnología mientras las redes sociales mejoran esa conexión.


De acuerdo con la investigación Situación digital, Internet y redes sociales Colombia 2020 hay 34 millones de usuarios activos en redes sociales dentro del país, y de estos, 31 millones son usuarios vía dispositivo móvil. Estos 34 millones corresponden al 68% de la población del país. Otro dato importante traído por esta investigación es el tiempo en promedio diario que pasan los colombianos en redes sociales. Según el estudio, es de 3h 31min, con una edad mayoritaria de 25 a 34 años; las principales redes sociales usadas por los colombianos son Facebook, Instagram, LinkedIn, twitter, WhatsApp, Youtube, Snapchat y Pinterest.

Hoy en día las redes sociales se han convertido en espacios para la interacción cultural, espacios de opinión, debate, espacios donde puedes encontrar personas con tus mismos gustos o que compartes cosas afines, un espacio para denunciar y/o expresar las inconformidades; pero también se ha convertido en el acercamiento de las grandes marcas con su público objetivo, con su cliente final, permitiendo clarificar conceptos, gustos, tendencias entre otras; las organizaciones que han evolucionado junto con sus clientes a través de este mundo digital han cambiado su forma de ver el negocio, su cliente y hasta su entorno; hecho positivo que permite generar mayores ingresos y aportes a la economía.

Partiendo del principio que las entidades ya sean públicas o privadas están experimentando ese cambio generacional que permite capturar mucha más información y permite identificar nuevos

---

22 Situación digital, Internet y redes sociales Colombia 2020 – <https://yiminshum.com/>

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI)		MAJA01.04.01.18.P02.F01	
			VERSIÓN	2
	<b>ANÁLISIS DEL SECTOR</b>		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

gustos dentro de un mercado ya globalizado y sistematizado; la Oficina de Comunicaciones de la alcaldía de Santiago de Cali cree que es necesario incluir dentro de su plan de medios una parte de su programación de mensajes a través de medios digitales tales como las redes sociales y los generadores de contenido que permitan acceder al mercado objetivo de los jóvenes que quieren estar informados sin que tengan que cambiar su esquema informático; es decir que tengan que entrar y salir de aplicaciones o páginas que no son acordes a las necesidades que ellos tienen.

La Oficina de Comunicaciones enmarcada en el plan de medios, opta por hacer la difusión a través de contenidos digitales que se masifiquen a través de las redes sociales y creadores de contenido; pretendiendo llegar los jóvenes que son el futuro y motor generacional para Santiago de Cali.


Para este caso en especial, el criterio de selección se fundamenta los medios digitales, generadores de contenido y redes sociales que concentra la audiencia también llamado seguidores, proporcionando un mensaje mucho más directo y sin intermediarios para la población que se ha segmentado por su estrato socioeconómico y cultural entre otros.

En ese sentido, teniendo en cuenta los literales g y h del numeral 4 del Artículo 2º de la Ley 1150 de 2007 los cuales establecen *“la modalidad de selección de contratación directa, solamente procederá en los siguientes casos... g) cuando no exista pluralidad de oferentes en el mercado; h) Para la prestación de servicios profesionales y de apoyo a la gestión, o para la ejecución de trabajos artísticos que sólo puedan encomendarse a determinadas personas naturales;”*.

Que el Artículo 2.2.1.2.1.4.8 del Decreto 1082 de mayo 26 de 2015, indica que: *“se considera que no existe pluralidad de oferentes cuando exista solamente una persona que pueda proveer el bien o el servicio por ser titular de los derechos de propiedad industrial o de los derechos de autor, o por ser proveedor exclusivo en el territorio nacional”*. Estas circunstancias deben constar en el estudio previo que soporta la contratación.

Por su parte, el Artículo 2.2.1.2.1.4.9 del citado decreto establece: *“Contratos de prestación de servicios profesionales y de apoyo a la gestión, o para la ejecución de trabajos artísticos que solo pueden encomendarse a determinadas personas naturales. Las Entidades Estatales pueden contratar bajo la modalidad de contratación directa la prestación de servicios profesionales y de apoyo a la gestión con la persona natural o jurídica que esté en capacidad de ejecutar el objeto del contrato, siempre y cuando la Entidad Estatal verifique la idoneidad o experiencia requerida y relacionada con el área de que se trate. En este caso, no es necesario que la Entidad Estatal haya obtenido previamente varias ofertas, de lo cual el ordenador del gasto debe dejar constancia escrita.*

*Los servicios profesionales y de apoyo a la gestión corresponden a aquellos de naturaleza intelectual diferentes a los de consultoría que se derivan del cumplimiento de las funciones de la Entidad Estatal, así como los relacionados con actividades operativas, logísticas, o asistenciales”*.

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI)  <b>ANÁLISIS DEL SECTOR</b>	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

Dada la concurrencia de dos causales de contratación directa en el presente proceso, en estos casos es necesario acudir a los principios generales establecidos en la Ley 80 de 1993 para decidir cuál literal utilizar puesto que el artículo 23 de la Ley 80 de 1993 establece que las actuaciones en el Proceso de Contratación deben desarrollarse con arreglo a los principios de transparencia, economía y responsabilidad, y la ley y la jurisprudencia constitucional frente al conflicto en la aplicación de normas de la misma jerarquía establece que prevalece la disposición de carácter especial sobre la de carácter general<sup>23</sup>.

El principio de economía contenido en la Ley 80 de 1993 busca que, en la selección del contratista, la Entidad Estatal cumpla y establezca los procedimientos y etapas estrictamente necesarios para asegurar la selección objetiva de la propuesta más favorable<sup>24</sup>, con austeridad de tiempo, medios y gastos<sup>25</sup>. En consecuencia, dado que las causales de contratación directa son especiales y expresas frente a otras modalidades de selección y que ante la concurrencia de las mismas dentro de la modalidad de selección directa debe acudirse a la que haga más expedito el proceso, se deberá tener en cuenta la causal que más se ajuste al proceso.

## Matriz de riesgo

<sup>23</sup> Ley 57 de 1887; Sentencia C-005-96 de la Corte Constitucional de enero 18 de 1996, M.P. José Gregorio Hernández Galindo, Sentencia C-576-04 de junio 8 de 2004, M.P. Jaime Araujo Rentería, entre otros fallos.

<sup>24</sup> Numeral 1 del artículo 25 de la Ley 80 de 1993 y artículo 5 de la Ley 1150 de 2007

<sup>25</sup> Parágrafo 5 del artículo 2 de la Ley 1150 de 2007 y artículo 2.2.1.2.1.2.7 del Decreto 1082 de 2015



ALCALDÍA DE  
SANTIAGO DE CALI  
GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA  
GESTIÓN CONTRACTUAL

SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL  
INTEGRADOS  
(SISTEDA, SGC y MECI)

ANÁLISIS DEL SECTOR

MAJA01.04.01.18.P02.F01

VERSIÓN

2


FECHA DE  
ENTRADA EN  
VIGENCIA

26/mar/2020

Clase	Fuente	Etapas	Tipo	Descripción (Qué puede pasar y cómo puede ocurrir)	Consecuencia de la ocurrencia del evento	Probabilidad	Impacto	Calificación Total	Prioridad	¿A quién se le asigna?	Tratamiento/controles a ser implementados	Impacto después del tratamiento			¿Afecta el equilibrio económico del contratador?	Persona responsable por implementar el tratamiento	Fecha estimada en que se inicia el tratamiento	Fecha estimada en que se finaliza el tratamiento	Monitoreo y revisión		
												Probabilidad	Impacto	Calificación Total					¿Cómo se realiza el monitoreo?	Periodicidad	¿Cuándo?
Jurídicos y/o legales y/o documentales	Interno	Ejecución	Operacional	Incumplimiento parcial, total o tardío del Contrato por parte del Contratista	Atraso en el cronograma de actividades de supervisión o entrega defectuosa de los productos y/o servicios	Posible	Mayor	Alto	Alta	Contratista	Inicio de aplicación de sanciones	Posible	Mayor	Alto	NO	Supervisor	Inmediato	De acuerdo al plazo establecido para la aplicación de la sanción	Citaciones, comunicaciones	diario	Revisión del material entregado o al momento de hacer seguimiento de las actividades pactadas.
				No contar los conocimientos requeridos, equipos y materiales para la ejecución del contrato	Atraso en el cronograma de actividades de supervisión o entrega defectuosa de los productos y/o servicios	Posible	Mayor	Alto	Alta	Contratista	Inicio de aplicación de sanciones	Posible	Mayor	Alto	NO	Supervisor	Inmediato	De acuerdo al plazo establecido para la aplicación de la sanción	Citaciones, comunicaciones	diario	Al hacer seguimiento al contrato.
				Pago inoportuno por parte del Contratista en relación con salarios, prestaciones sociales y demás beneficios a que tengan derecho	Suspensión actividades	Posible	Mayor	Alto	Alta	Contratista	Inicio de aplicación de sanciones	Posible	Mayor	Alto	SI	Supervisor	Inmediato	De acuerdo a lo estipulado en el contrato	Citaciones, comunicaciones	mensual	Al momento de pasar las cuentas o los avances de gestión
Jurídicos y/o legales y/o documentales	Externo	Ejecución	Regulatorio	Reforma tributaria	Aumento en la base para tributar	Posible	Mayor	Alto	Alta	Contratista	Reclamación extrajudicial y/o judicial	Posible	Mayor	Alto	SI	Supervisor	Inmediato	De conformidad con el Estatuto General de Contratación y Ley 1437 de 2011.	Citaciones, comunicaciones	diario	Informes del supervisor
				Menoscabo patrimonial o individual ocasionado por la imposición de normas (leyes, decretos, resoluciones) por razones de interés público o general, y que deben ser acatadas por el contratista, implicando mayores costos por ejemplo mayores prestaciones sociales.	Aumento en los costos del contrato	Posible	Mayor	Alto	Alta	Contratista	Reclamación extrajudicial y/o judicial	Posible	Mayor	Alto	SI	Supervisor	Inmediato	De conformidad con el Estatuto General de Contratación y Ley 1437 de 2011.	Citaciones, comunicaciones	diario	Informes del supervisor

Conclusiones

Este documento es propiedad de la Administración Central del Municipio de Santiago de Cali. Prohibida su alteración o modificación por cualquier medio, sin previa autorización del Alcalde.

 ALCALDÍA DE SANTIAGO DE CALI GESTIÓN JURÍDICO ADMINISTRATIVA GESTIÓN CONTRACTUAL	SISTEMAS DE GESTIÓN Y CONTROL INTEGRADOS (SISTEDA, SGC y MECI)  <b>ANÁLISIS DEL SECTOR</b>	MAJA01.04.01.18.P02.F01	
		VERSIÓN	2
		FECHA DE ENTRADA EN VIGENCIA	26/mar/2020

Del análisis del sector se infieren las siguientes conclusiones:

- ✓ Con base en el análisis realizado, se puede concluir que es conveniente realizar la contratación del servicio que supla la necesidad expuesta en este documento bajo la modalidad de contratación directa; debido a que el mercado actual existe una relativa homogeneidad en las ofertas y sus alcances, pero estas no atacan los nichos de mercado y población objetivo que pretende el mensaje impartir para generar la aceptación y recordación deseada.
- ✓ De acuerdo con el requerimiento puntual que se expresa en este documento, se requiere contratar una entidad idónea y con amplia experiencia y trayectoria en el mercado, que tenga disponibilidad dentro de su parrilla de programación espacios que generen valor en horas donde la audiencia a la que se quiere llegar esté conectada; que permita tener una flexibilidad en cuanto a tiempos y espacios.
- ✓ Para efectos de contratación y adjudicación el oferente debe estar ceñido al proceso de contratación vigente, debe tener al día la totalidad de documentación solicitada.
- ✓ Para el desarrollo de este proceso se recomienda tener en cuenta tanto los requerimientos jurídicos como los relacionados a la experiencia y la acreditación de la calidad de proveedor único.
- ✓ Se sugiere el acompañamiento permanente de un supervisor quien deberá estar atento a las emisiones y al cumplimiento del valor que el oferente otorgue u ofrezca



**RAFAEL HUMBERTO ROMERO DÍAZ**  
 Contratista

Elaboró: Rafael Humberto Romero Díaz, Contratista  
 Revisó: Diana Marcela Pérez, Contratista